

De Baku a Belém

Lições do Azerbaijão e ideias para inspirar o caminho rumo à ‘COP das COPs’



Welcome to Cop 30.



Foto: Vugar Ibadov / UN Climate Change

COP 29 : decepção com acordo final e a estratégia ‘realpolitik’ do Brasil para garantir o sucesso de Belém

Ideias e recursos para fortalecer o jornalismo ambiental e a comunicação climática em preparação para a ‘COP das COPs’, nas palavras de Marina Silva

Visões sobre **Baku**, olhando para **Belém**: 'a COP das COPs'



LUCIANA GURGEL
Editora-chefe
MediaTalks,
Londres

Pelo quarto ano, MediaTalks acompanha os reflexos da Conferência das Partes para Mudanças Climáticas da ONU.

A COP não é uma unanimidade. A dificuldade de fechar acordos que satisfaçam quase 200 países tem colocado seu modelo em xeque, com um movimento crescente para rever o formato.



EDUARDO RIBEIRO
Publisher
Jornalistas&Cia,
São Paulo

Mas isso não vai ocorrer em um ano. E em 2025 ela será realizada em Belém, colocando o Brasil - governo, imprensa e setor privado - no centro das atenções do mundo.

No Azerbaijão, a ministra do Meio Ambiente, Marina Silva, prometeu: "Belém vai ser a COP das COPs."

Nossa edição especial avalia o que aconteceu em Baku com os olhos voltados para Belém. Para o Brasil, o saldo foi positivo, com alianças importantes, visibilidade positiva na mídia internacional e uma costura diplomática que evitou a "herança" de problemas para Belém.

E, inspirada pelo conceito do jornalismo de soluções, nossa edição reúne pesquisas, dicas e ideias sobre como imprensa, empresas, ONGs e administrações públicas podem contribuir para uma comunicação ambiental e climática ainda melhor e mais efetiva neste ano tão decisivo para o Brasil.

Boa leitura!

nesta edição

3



MAIS UM ACORDO FRUSTRANTE - SÓ QUE AGORA INSATISFEITOS SUBIRAM O TOM

5



MARINA SILVA: 'EXPERIÊNCIA DOLOROSA' EM BAKU ANTES DA 'COP DAS COPs'

6

REALPOLITIK OBSERVADOR VETERANO ANALISA PARTICIPAÇÃO DO BRASIL

9



ESPAÑA EM BAKU: 'EL CAMBIO CLIMATICO MATA'

Por Claudia Wallin

11



MILEI MANDA DELEGAÇÃO ABANDONAR COP EM 'MOMENTO TRUMP'

Por Márcia Carmo

13



EUA: UMA COP SOB A SOMBRA DO FUTURO GOVERNO TRUMP

Por Eloá Orazem

16



WILLIAM EM BELÉM E AS CONTRADIÇÕES DO RP AMBIENTAL DA MONARQUIA

Por Luciana Gurgel

19



PESQUISA PNUD / OXFORD

O mais abrangente retrato das percepções sobre o clima

21



ESTUDO MOSTRA COMO DESINFORMAÇÃO CLIMÁTICA AFETA CREDIBILIDADE DAS MARCAS

22



COBRINDO O PLANETA: UMA ANÁLISE GLOBAL DAS PRÁTICAS DO JORNALISMO AMBIENTAL E CLIMÁTICO

25

JORNALISMO DE SOLUÇÕES

RESPOSTAS A PROBLEMAS TAMBÉM SÃO NOTÍCIA

26



AMAZÔNIA VOX NA COP30

INCLUINDO OS AMAZÔNIDAS NAS AÇÕES DE MÍDIA E COMUNICAÇÃO

28



ENTREVISTA | GERSON TURELLY

FOTÓGRAFO PREMIADO PELA ROYAL METEOROLOGICAL SOCIETY

30



A CULTURA NA MOBILIZAÇÃO PARA A CAUSA DO CLIMA

Por Yula Rocha

31



NEWS INFLUENCERS E CLIMA

Os jovens comunicadores que usam as redes para engajar novas audiências



Apoio |



Mais um acordo frustrante.

Só que desta vez os insatisfeitos subiram o tom

por LUCIANA GURGEL

A COP29 em Baku não foi a primeira a se prolongar além da data prevista para o encerramento, nem a única cujo acordo final desagradou. Mas entra para a história pela reação dos países mais afetados pelas mudanças climáticas, que na plenária final constrangeram o presidente da cúpula, Mukhtar Babayev.

Atrasada 33 horas e realizada na madrugada de domingo no Azerbaijão, a sessão deveria ser o palco para celebrar o sucesso da conferência.

No entanto, chegou ao fim com gosto amargo para Babayev, desafiado por representantes de países que rejeitaram o texto final, longe do financiamento almejado para a adaptação climática.

A principal intervenção foi a da negociadora da Índia, furiosa com o compromisso de US\$ 300 bilhões por ano até 2035 assumido para apoiar os mais afetados pelo aquecimento global, quando o desejado era US\$ 1,3 trilhão. Ficou para o setor privado completar o que falta, na forma de investimentos, mas não foram definidas métricas ou regras.

Ela chamou o documento de “ilusão de ótica”, classificou-o como inaceitável e pediu que fosse registrada a objeção da Índia. Bolívia, Cuba e Nigéria endossaram suas palavras. A representante do país africano arrematou: “é uma piada”.

O drama tinha começado mais cedo, quando grupos de países insulares e de nações africanas deixaram a mesa de negociação.

Eles acabaram voltando e o texto foi fechado, mas os abraços protocolares quando a aprovação foi anunciada não refletem o que aconteceu em Baku: a divisão cada vez maior entre ricos e pobres sobre quem paga a conta das mudanças climáticas.

A COP29 deixou evidente que não é realista esperar paciência dos países mais afetados, que recusam a ideia de que ajuda financeira é “caridade”. A imprensa internacional dedicou amplos espaços à decepção com o acordo e à reação de nações insatisfeitas, um tema que deve pautar a mídia e a diplomacia daqui por diante.

E daqui por diante tem Belém. Os acontecimentos em Baku deixam a COP30 no Brasil com um peso ainda maior, o de tentar desatar o nó que o Azerbaijão não conseguiu - ou não quis, na visão de críticos. O presidente do país, Ilham Aliyev, fez em seu pronunciamento uma declaração de amor aos combustíveis fósseis, classificando-os como “dívida de Deus”.



Foto: screenshot transmissão

O Brasil não fez feio como na COP28, em que ganhou o “Fóssil do Dia”, em “reconhecimento” à entrada do país como membro observador da OPEP e ao leilão de áreas de exploração em locais ambientalmente sensíveis, apelidado pelos críticos de “leilão do fim do mundo”.

Marina Silva transitou pelas reuniões principais, teve destaque na imprensa internacional e fez alianças. Adotou um discurso diplomático, sem deixar de ser assertiva. Ela sabe o que tem pela frente.

A responsabilidade do Brasil foi destacada por Marcio Astrini, secretário executivo do Observatório do Clima, que espera que a COP30 possa preencher as lacunas deixadas pela conferência de Baku:

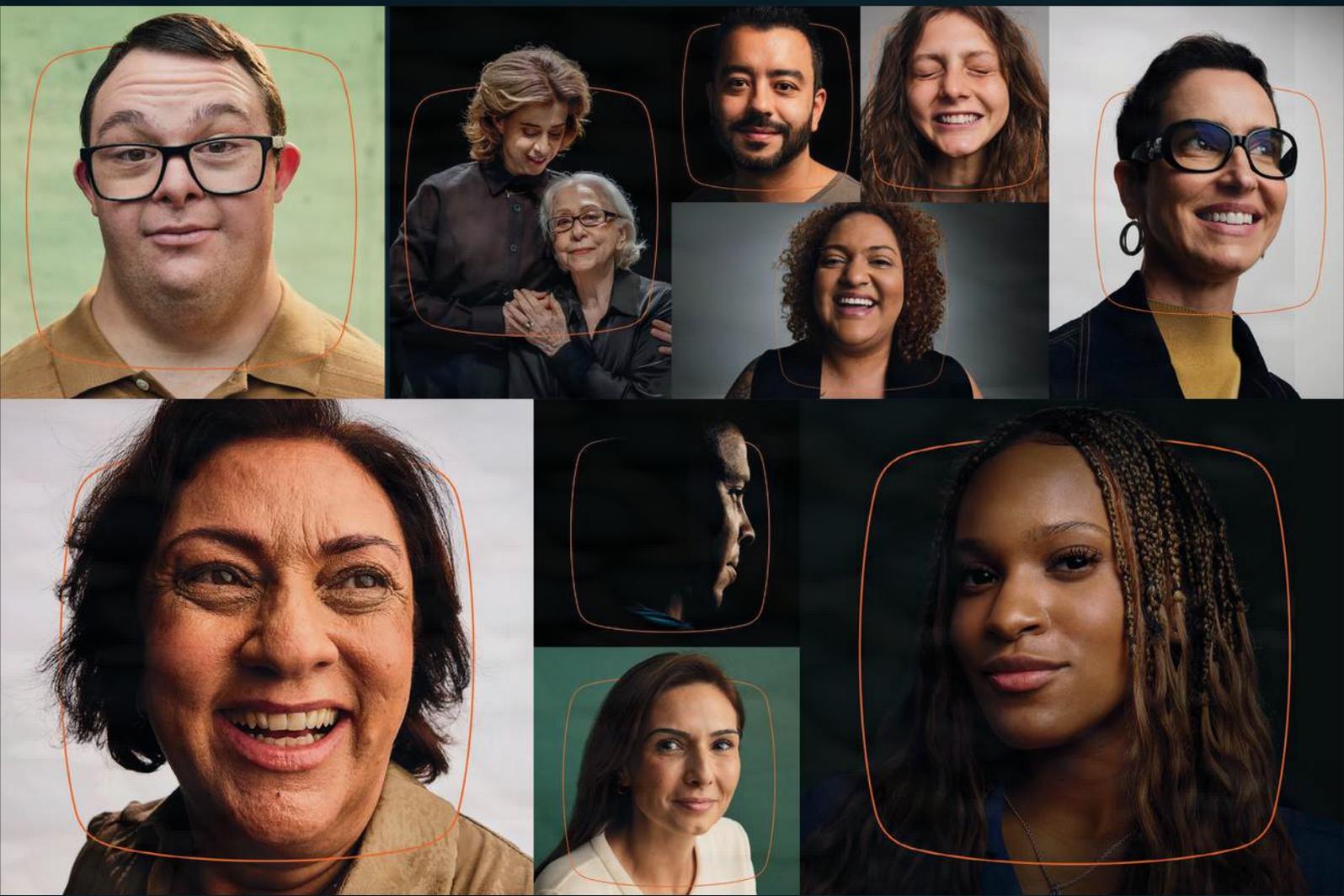
“A presidência da COP29 foi desastrosa, perdendo apenas para o conteúdo do texto aprovado, absolutamente insuficiente para qualquer solução da crise climática.

O desfecho escancara que os países ricos fogem de qualquer responsabilidade, além de deixar aberta a conta do financiamento.

A COP30, sob a liderança do Brasil, terá que ser muito competente para preencher as lacunas, promover o avanço de ambição e manter o objetivo de 1,5°C vivo.”

Em entrevista coletiva no último dia da cúpula em Baku, Marina Silva demonstrou ter plena consciência do desafio.





O Itaú Unibanco faz 100 anos e o futuro será feito com você.

Esta é uma homenagem a todos que
construíram o Itaú Unibanco nestes 100 anos
e vão construir os próximos 100.





Visivelmente cansada, a ministra do Meio Ambiente, Marina Silva, encarou jornalistas brasileiros e estrangeiros em uma entrevista coletiva na noite seguinte à data marcada para o fim da cúpula. E não escondeu a decepção com o drama em que a conferência no Azerbaijão se transformou no final.

“Experiência dolorosa a que estamos vivendo aqui”, disse Marina aos jornalistas.

A ministra, uma das personalidades brasileiras mais respeitadas no mundo, será protagonista na COP30, em Belém.

Pouco antes da conversa com jornalistas, ela havia recebido oficialmente do Azerbaijão a presidência da Conferência das Partes de 2025 em nome do Brasil.

No discurso e na coletiva, Marina usou uma metáfora das mulheres indígenas que se unem para fiar em uma roda de conversa, “transformando algodão em matéria-prima que aquece e protege a vida”.

“Fazer da COP30, no território tão simbólico da Amazônia, o momento para restaurar tudo aquilo que parece que estamos perdendo a cada situação extrema é um dos maiores desafios que temos pela frente.

Que ela seja um convite para nos dispormos a confiar, a fiar juntos, como as mulheres fiandeiras indígenas na floresta, que fazem da conversa, do entendimento e do apoio mútuo a força para suas vidas.”

A julgar pelos embates no Azerbaijão, não vai ser tão simples, sobretudo com as “mudanças geopolíticas” mencionadas por Ana Toni, secretária de Mudança do Clima do Ministério do Meio de Ambiente, que estava ao lado da ministra na coletiva.

Toni, Marina e o diplomata André Corrêa do Lago formaram a trinca que representou o Brasil em Baku depois que o vice-presidente Geraldo Alckmin retornou a Brasília.

‘Experiência dolorosa’ em Baku e a metáfora das fiandeiras da floresta para simbolizar o desafio de Belém

por LUCIANA GURGEL

Na coletiva, Daniela Chiaretti, do Valor Econômico, perguntou como Marina acha que todos poderão fiar juntos na COP30 tendo Donald Trump como o “elefante na sala”.

A ministra respondeu sem mencionar o nome do presidente eleito dos EUA. Clamou pela responsabilidade do governante do país que é o segundo maior emissor do mundo, o que tem mais recursos financeiros e onde cidadãos estão morrendo por efeito das mudanças climáticas. Mas afirmou que “se alguém sair da roda, os demais não deixam de tecer”.

Será uma roda difícil, e na COP29 o Brasil demonstrou assertividade. Quando o presidente da Argentina, Javier Milei, mandou sua delegação voltar para casa no segundo dia da cúpula, Marina e o vice-presidente Geraldo Alckmin chamaram o chefe de Estado vizinho de “negacionista”.

Ela também criticou abertamente o presidente da conferência, Mukhtar Babayev.

Apesar dos obstáculos em Baku, a ministra do Meio Ambiente está confiante. Na abertura do pavilhão brasileiro, ela disse que Belém será “a COP das COPs”.

“Uma COP da implementação dos resultados, que não são apenas do Brasil. É preciso que o mundo inteiro tenha NDCs igualmente ambiciosas. Que a gente faça o mapa do caminho para a transição, para o fim do uso de combustíveis fósseis, para o fim do desmatamento”.

THE TIMES DESTACA UNIÃO BRASIL/REINO UNIDO COMO UMA DAS GRANDES HISTÓRIAS DE BAKU

Em uma análise da conferência, o jornal The Times apontou como um dos desdobramentos mais importantes a aproximação entre o Reino Unido e o Brasil em Baku.

“Os dois países demonstraram liderança ao anunciar metas de emissões para 2035, provocando uma corrida dos demais”, avaliou o jornal.

O jornal afirmou que Ed Miliband, Secretário de Energia, e Marina Silva são veteranos em cúpulas de clima, salientando a crescente amizade. E cravou que Belém deve ser uma COP “blockbuster”, a exemplo de Glasgow.

Realpolitik deu o tom no Azerbaijão

Delegação liderada por Marina Silva ‘conseguiu **reduzir danos**’ para Belém, diz observador

por LUCIANA GURGEL

O Brasil não se alinhou aos países que rejeitaram o texto do acordo firmado na COP29, nem tornou públicas restrições ao documento final de forma tão visível como fez a Índia.

Isso não significa, no entanto, que a participação do país em Baku tenha sido pouco efetiva, ao contrário.

Essa é a opinião de um observador de alto nível que acompanhou o encontro do Azerbaijão, e que esteve nas últimas cúpulas de mudanças climáticas da ONU.

Ao MediaTalks, ele apontou que o Brasil, como próximo país na presidência da COP, estava em uma posição delicada, sob o olhar atento dos demais países e com a missão de evitar um colapso nas negociações, o que impactaria negativamente a cúpula de 2025 em Belém.

“**Se as coisas aqui [em Baku] afundassem, iríamos automaticamente pegar esse problema na COP30.**”

Diante dos impasses, na opinião desse observador, o Brasil adotou corretamente uma postura conciliadora, buscando acordos e evitando posições extremadas.

Isso levou o país a apoiar um acordo considerado ruim pelas ONGs, mas dessa forma evitou um resultado pior.

“**O país ganhou uma agenda a mais para a presidência no ano que vem, mas conseguiu reduzir danos.**”

Batalhas dentro e fora dos salões refrigerados

Depois de três cúpulas do clima da ONU realizadas em países reconhecidos pelas restrições à liberdade de expressão e ao direito de livre manifestação - Egito, Emirados Árabes Unidos e Azerbaijão - a COP30, em Belém, promete ser mais parecida com a de Glasgow, que viu mais de 1 milhão de pessoas tomando conta de suas ruas, lideradas pela ativista Greta Thunberg.



Vídeo apresentando Belém na plenária de encerramento da COP29, em Baku

Foto: screenshot transmissão

Marina Silva, em particular, teve uma atuação assertiva, sem ser excessivamente conciliadora, na visão desse observador, que disse ter visto uma coisa rara na conduta da ministra do Meio Ambiente: falar mal dos outros.

“**Ela criticou a presidência da COP pelo Azerbaijão naquele jeito dela, em ‘marinês’. Talvez nem todos tenham entendido, mas ela deu belas alfinetadas na incompetência.**”

Comparando as participações do Brasil neste ano e no ano passado, o observador considerou positivo não ter tido uma *entourage* de ministros junto com o presidente Lula como em Dubai, com declarações polêmicas que acabaram repercutindo negativamente.

Ele elogiou o profissionalismo da delegação liderada por Marina Silva, tendo ao lado Ana Toni, Secretária de Mudança do Clima, que já presidiu o Conselho de Administração do Greenpeace, e o diplomata André Corrêa do Lago, Secretário de Clima, Energia e Meio Ambiente.

“**O Brasil foi muito construtivo, tentando destravar tudo, não se posicionando muito fortemente. Vimos o país falar muito pouco na sala de negociação, evidentemente uma estratégia.**

Mas nos bastidores tentou costurar as posições e impedir o colapso das conversas.”

O veredito foi positivo:

“**De forma geral o Brasil foi bem. E Marina foi muito bem também.**”

As manifestações não devem ficar restritas à capital paraense, devendo acontecer nas principais cidades brasileiras. Isso aconteceu no Reino Unido, quando Glasgow sediou a cúpula.

E a imprensa não esperará as portas se abrirem para começar a falar da COP30, assim como ativistas, cidadãos e organizações.

Para os outros países, COP de novo só daqui a um ano. Mas para o Brasil, ela já começou.



Jabuticaba
na **COP30**

Sua empresa na COP30

A Jabuticaba pode ajudar sua empresa a fazer
parte da conversa mais importante de 2025

Saiba mais



Jabuticaba
na **COP30**

jabuticabaconteudo.com.br/cop30


Jabuticaba
CONTEUDO

As COPs contribuem para a cobertura do clima?

Relatório garante que sim - mas alerta que desde o pico atingido em 2021 a **visibilidade do tema vem caindo**

por ALDO DE LUCA

Foto: divulgação COP29 Azerbaijão



Sala de imprensa da COP29, que teve mais de 3 mil jornalistas credenciados

As conferências do clima da ONU podem não produzir os avanços práticos no nível que todos esperam, mas sua realização representa um estímulo à causa do clima por colocar as mudanças climáticas em evidência.

A constatação é do **MeCCO (Media and Climate Change Observatory)**, iniciativa sediada na Universidade do Colorado reunindo pesquisadores de 15 instituições. Há 20 anos o projeto monitora a cobertura de imprensa de sete regiões do mundo, envolvendo 59 países, incluindo o Brasil.

Todo ano há um aumento significativo das menções à sustentabilidade ambiental e ao clima em novembro, coincidindo com a realização anual das COPs, sendo mais acentuada nos países-sede e nas regiões onde estão situados.

No entanto, os pesquisadores constataram que a atenção da mídia durante as COPs tende a ser mais concentrada em negociações e anúncios de políticas, deixando de lado questões mais amplas relacionadas às mudanças climáticas.

Apesar disso, a pesquisa reconhece que a visibilidade proporcionada por esses eventos é fundamental para manter o tema em pauta e aumentar a conscientização.

O estudo aponta outro importante catalisador da cobertura ambiental global: a divulgação dos relatórios do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC).

Enquanto no mundo cai, na América Latina sobe

Apesar de 2023 ter registrado recordes de temperatura, a cobertura da imprensa sobre mudanças climáticas diminuiu globalmente desde o pico de visibilidade em 2021.

A pesquisa do MeCCO revela queda de 10% em 2022 e de 4% em 2023, mantendo-se, porém, acima da década anterior. A tendência continuou em 2024, com os primeiros dez meses registrando 12% menos cobertura em relação a 2023.

Na América Latina o movimento foi diferente, com aumento recorde na cobertura de janeiro a maio e de julho a setembro de 2023. Oriente Médio e Ásia também registraram recordes em vários meses de 2023.

A América do Norte e Oceania não tiveram recordes, pois já dedicam grande cobertura ao tema.

A tendência de alta na América Latina continua em 2024, com aumento de 72% nos primeiros dez meses em relação a 2023.

A queda global do tema no noticiário é preocupante, dizem os pesquisadores, pois a conscientização e mobilização da população dependem da cobertura da imprensa.

A redução sugere que o mundo se habituou ao perigo das mudanças climáticas após um pico de conscientização.

WAI/CARBON

Nosso propósito é catalisar, globalmente, a **transição justa e resiliente** para uma economia **Net-Zero**.



Na esteira de Valência, **premiê espanhol** usa o pódio da COP29 para lembrar: **‘el cambio climático mata’**

As enchentes diluvianas, as mais de 200 mortes, a lama da destruição e a dor causada pela maior tempestade do século na Espanha foram o trágico pano de fundo da COP29.

A fúria das águas afetou o leste e também o sul do país em 29 de outubro, inundando casas, arrastando carros e destruindo o que encontrava no caminho. Em Valência, a chuva de um ano inteiro caiu em apenas oito horas.

Em seu discurso na cúpula de Baku, o primeiro-ministro espanhol, Pedro Sánchez, disse:

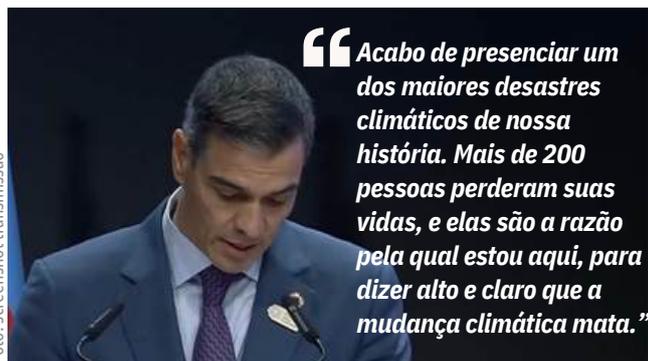


Foto: screenshot transmissão

O que ocorreu em Valência não é um fato isolado, ressaltou o primeiro-ministro:

“Enquanto não deixarmos de consumir combustíveis fósseis, estes fenômenos serão cada vez mais frequentes e intensos”, acrescentou Sánchez, ao mesmo tempo em que imagens da destruição extrema e dos trabalhos de resgate na Espanha continuavam a correr o mundo.

‘DANA’, o fenômeno que causou a tragédia

As chuvas torrenciais foram provocadas pelo fenômeno meteorológico DANA (Depressão Isolada em Altos Níveis), conhecido como gota fria. É resultado da colisão de uma massa de ar frio formada nas altas camadas da atmosfera com o ar quente da superfície.

A superfície do mar Mediterrâneo tornou-se muito mais quente, e uma enorme quantidade de vapor de água sobe para as camadas superiores da atmosfera.

Segundo o jornal El Mundo, em agosto deste ano o Mediterrâneo bateu novo recorde de temperatura: 28,9°C.

No imediatismo da mídia, drama humano dominou

Apesar das evidências, nenhuma associação com as mudanças climáticas foi feita de imediato pela mídia espanhola, o que só começaria a acontecer dias depois.

Com o país em choque, os primeiros dias da cobertura foram dominados pelo drama dos desaparecidos, do luto, da dor de quem perdeu tudo, dos que foram arrastados pela força descomunal das águas, dos que sobreviveram ao cataclisma agarrados a árvores.

Inicialmente, jornais como o La Razón e o ABC fizeram analogias com as chuvas torrenciais em Barcelona em 1962 - a maior catástrofe hidrológica da história da Espanha.

Oficialmente morreram 617 pessoas em algumas horas naquele evento, embora estudos recentes afirmem que as vítimas fatais chegaram a 1 mil.

Aquela tragédia foi atribuída principalmente à ocupação desordenada da zona de Vallès, em terrenos às margens do rio.

‘Ninguém nos alertou’

Na DANA de Valência, a reação inicial da população foi de total perplexidade. “Ninguém nos alertou” foi o mantra que se repetiu desde os primeiros momentos da cobertura.

Passaram-se quase doze horas entre o alerta vermelho da AEMET (a Agência Estatal de Meteorologia) e o envio aos celulares dos valencianos, “quando já estávamos com água pelo pescoço”, disse Andrés Gómez, meteorologista da TV pública espanhola (TVE) que estava no sul de Valência - o chamado “marco zero” da catástrofe.

Em sites de notícias e nas redes sociais, houve uma onda de críticas ao governo local pela decisão de eliminar a Unidade de Emergências Valenciana (UEV), desativada em novembro de 2023.

Apoiado pelo partido de extrema direita Vox, o governo regional liderado por Carlos Mazón (do conservador Partido Popular) suprimiu o organismo - criado meses antes pelo governo do socialista Ximo Puig, de acordo com o El País - por considerar que ele representava um gasto desnecessário.

Para muitos, a decisão prejudicou a capacidade de resposta à DANA - e a cobertura foi se politizando cada vez mais.

Lama na reputação das autoridades espanholas e o apelo do rei contra a desinformação



Cinco dias após o abalo, o choque causado pelas enchentes de Valência deu lugar à ira. Aos gritos de “assassinos”, residentes arremessaram lama, pedras e garrafas contra uma comitiva formada pelos reis Felipe VI e Letizia, o primeiro-ministro Pedro Sánchez e o presidente regional de Valência, Carlos Mazón, durante sua visita a Paiporta - a região mais afetada.

Com respingos de lama no rosto, o rei Felipe VI pediu calma, e apelou a um grupo de jovens para que não se deixassem levar por notícias falsas e desinformação.

Em seguida, no dia 9 de novembro, as manchetes foram dominadas pelo protesto reunindo milhares de pessoas em Valência para denunciar a má gestão da catástrofe por parte das autoridades e exigir a renúncia de Mazón.

“Estamos manchados de barro, e vocês de sangue”, gritavam os manifestantes. Também houve protestos em Madrid, Alicante e Elche.

Atribuição: relatórios científicos inseriram mudança climática na pauta da imprensa

Se nos primeiros momentos da tragédia em Valência a cobertura foi concentrada na dor humana e no fact-checking da avalanche de notícias falsas, nos dias seguintes a mídia espanhola deu destaque a dois estudos preliminares elaborados por organizações meteorológicas internacionais, que chegaram à mesma conclusão: a DANA foi consequência das mudanças climáticas.

O primeiro, da World Weather Attribution (WWA), indica que o fenômeno provocou precipitações 12% mais intensas em relação ao clima pré-industrial, que era 1,3°C mais frio.

“Registros históricos dão conta de que as chuvas torrenciais ocorridas em um dia na região estão aumentando, à medida em que as emissões de combustíveis fósseis continuam a aquecer o clima”, assinala o relatório da WWA.

A segunda análise, elaborada pelo ClimaMeter - projeto financiado pela União Europeia e pelo Centro Nacional de Investigação Científica (CNRS) da França - reforça as conclusões da WWA, e afirma que atualmente os fenômenos DANA são até 15% mais fortes no litoral mediterrâneo espanhol do que no passado.

O jornal La Vanguardia destacou outro relatório, do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas da ONU (IPCC), indicando que os fenômenos meteorológicos extremos são cada vez mais prováveis e graves, devido às mudanças climáticas.

O Greenpeace afirma que a Espanha é um dos países que mais vai sofrer.

Financiamento climático e vontade política, ‘recursos escassos’ no planeta

A cúpula de Baku “deve ser lembrada como o momento em que transformamos palavras em números”, assinalou durante a COP29 o primeiro-ministro espanhol, em referência ao principal acordo aguardado - o financiamento climático para os países menos desenvolvidos.

Pedro Sánchez pediu uma reforma da arquitetura financeira global para refletir a realidade, ao lamentar que a mobilização atual das finanças “não é suficiente”.

“Devemos inovar, incorporando o setor privado e mobilizando fontes alternativas, como as grandes fortunas”, destacou ele.

“É preciso fazer uma adaptação abrangente à mudança climática” - sublinhou o ambientalista Miguel Aguado, em entrevista ao jornal El Periodico. Ele apontou a necessidade de alterar o modelo de urbanismo e optar por cultivos que requerem um baixo consumo de água, além de aproveitar mais os recursos naturais como o vento e o sol.

O ambientalista reconhece passos importantes em relação às energias renováveis em todo o planeta. Mas enfatiza a necessidade de decisões rápidas e concretas, porque o tempo é crucial.

“Como disse Al Gore (ex-vice-presidente dos Estados Unidos e líder ambientalista), ‘o recurso mais escasso do planeta é a vontade’. E especialmente a vontade política”, afirmou.



Economia x clima e fim da linha para o setor privado: reflexos do abandono da COP29 pela delegação argentina sob Milei

A decisão do presidente Javier Milei de retirar a delegação do país da COP29 dois dias após sua abertura foi mais noticiada no exterior do que na Argentina, onde as atenções da grande imprensa estão mais voltadas para assuntos econômicos locais.

A saída teve maior repercussão nos portais do que nas TV e rádios, que atingem uma parcela mais diversificada da população.

Mas foi desconcertante. A pequena delegação, formada por apenas quatro técnicos, já tentava passar despercebida no encontro, segundo a enviada especial do Clarín, Silvia Naishtat, quando Milei deu a ordem de abandono da conferência.

A decisão respingou nos representantes do setor privado e de ONGs que estavam em Baku. A ONU suspendeu as credenciais de cerca de 50 argentinos logo depois da medida do presidente.

A informação foi publicada no La Nación, que definiu a decisão da ONU como “dura resposta ao governo Milei”. Mas a reportagem ressalva que a organização não teria tomado a iniciativa, mas sim atendido a uma “provável solicitação” da própria gestão Milei.

Argentina e a COP30

Por um motivo ou por outro, o fato é que a Argentina sai perdendo de Baku e agora a expectativa é sobre como o governo Milei se comportará em relação à COP30 no Brasil.

Os comentários do vice-presidente do Brasil, Geraldo Alckmin, chamando o presidente argentino de negacionista, foram reproduzidos nos principais portais de notícias.

Manuel Jaramillo, diretor-geral da Fundação Vida Silvestre Argentina, entidade associada ao Fundo Mundial para a Natureza (WWF), analisou em entrevista ao MediaTalks o impacto da saída “abrupta e desorganizada” da Argentina da COP29 no contexto de outros movimentos do país em relação à agenda climática.

“As únicas declarações, como a do chanceler Gerardo Werthein, foram de que a retirada seria para revisar a política climática do país.

As negociações continuaram sem a participação da Argentina. O país perdeu a oportunidade de defender seus interesses setoriais e nacionais.”

Reputação argentina arranhada no mundo

Em sua versão em espanhol, a alemã DW noticiou a decisão de Javier Milei lembrando que a Argentina foi durante anos “uma das principais vozes da América Latina” nas conferências como a COP.

O espanhol El País ressaltou que Milei nega a mudança do clima e relembrou uma de suas frases em um debate da campanha eleitoral no ano passado:

“Todas as políticas que culpam o ser humano pela mudança climática são falsas. O que se busca é arrecadar fundos para financiar socialistas que não fazem nada.”

As palavras do então candidato sinalizaram a plataforma negacionista de Milei em relação ao meio ambiente, com atos como a eliminação da pasta dedicada à questão, hoje dividida entre dois ministérios.



Com a eleição de Donald Trump, Manuel Jaramillo entende que há ainda mais motivos para preocupação sobre os próximos passos da Argentina.

Milei é admirador de Trump e fez questão de ser um dos primeiros líderes estrangeiros a parabenizá-lo pessoalmente.

Eles se abraçaram na mansão de Trump em Mar-a-Lago, na Flórida, na semana em que a Argentina deixou a COP29.

Como Trump abandonou o Acordo de Paris quando foi presidente pela primeira vez, não há expectativas de que mude a postura a partir do ano que vem, concordam analistas. Milei está seguindo a mesma cartilha.

Na Argentina, a distância entre preocupação e ação

Apesar dos caminhos escolhidos por Milei, há sinais positivos na Argentina. Em novembro, um produtor pecuário foi condenado por atropelar e matar pinguins na Patagônia, em 2021. A imprensa local batizou o caso de “ecocrime”.

Mas pesquisas de opinião mostram que a maior preocupação dos cidadãos é com o aumento da pobreza. Até recentemente eram a inflação e a corrupção.

O meio ambiente não costuma aparecer entre as principais angústias dos argentinos, apesar dos três anos de seca histórica que o país encarou até o fim de 2023, quando rios desapareceram, animais morreram, lavouras torraram. A emblemática geleira Perito Moreno, na Patagônia, vem perdendo grande volume de gelo a cada ano.

Um relatório do PNUD Argentina, de maio de 2024, intitulado "Ação Ambiental: crenças, expectativas e participação cidadã", revelou que "a maioria dos argentinos (67%) reconhece as consequências da mudança climática".

Paradoxalmente, apenas 17% dos argentinos declaram "realizar ações ambientais" com frequência.

Nesse ambiente e em um país com alto consumo de carne, há espaço para atitudes individuais como a adesão ao veganismo ou a decisão de trocar a carne bovina por outras opções?

Um levantamento da Bolsa de Comércio de Rosario, voltada para o setor agropecuário, apontou que este ano o país deve registrar o “pior índice de consumo de carne bovina em 110 anos”.



Para surpresa de muitos, o resultado não estaria somente ligado à crise econômica, pois os preços têm subido menos do que a inflação e a carne bovina foi a que teve a maior queda.

O diretor da União Vegana Argentina, Manuel Alfredo Martí, está convicto de que os argentinos estão mudando seus hábitos alimentares devido à maior conscientização.



A batalha para convencer argentinos a não comerem carne está dando certo?

Manuel Alfredo Martí (foto), diretor da União Vegana Argentina, tem 68 anos, é vegano há 50. Sua missão não é fácil: convencer argentinos a não comerem carne, informando sobre as vantagens do veganismo.

A Fundación UVA (Unión Vegana Argentina) tem mais de 46 mil seguidores no Instagram e 78 mil no Facebook.

Diretor da revista VEGAN e coordenador da campanha 'lunes sem carne' (segunda-feira sem carne) na Argentina, Martí alerta:

“O veganismo é o instrumento mais importante que a humanidade tem hoje para tentar conter o aumento da temperatura do planeta, melhorar a saúde das pessoas e ajudar os animais”.

Uma pesquisa encomendada pela Fundação, realizada pela empresa Kantar-Insights Division, mostrou que 9% dos argentinos eram veganos ou vegetarianos em 2019.

O índice cresceu para 12% em 2020. Os ‘flexitarianos’ - os que comem carne de vez em quando e não com a frequência diária de antes - também eram cerca de 12% em 2020.

Martí está entre os que lamentam o “negacionismo” em relação às mudanças climáticas e a decisão do presidente Javier Milei de retirar a delegação argentina da COP29.

“Há vários cientistas que não são capitalistas e nem comunistas. A Argentina mandou pessoas para Baku e as retirou da conferência em um momento em que cresce a preocupação mundial com o clima”, afirmou.



Brilho eterno de um mandato sem esperança: a COP sob a sombra de Trump

A culpa certamente não é das estrelas, mas nem por isso é preciso chamar um exorcista. Donald Trump é o “malvado favorito” de muita gente, e outro tanto acredita que os EUA, sob seu domínio, são um Titanic condenado ao naufrágio.

Durante a COP29, em Baku, os temores sobre o que ele pode fazer ao assumir o cargo e as críticas a nomes escolhidos para cargos-chave estiveram em conversas e reportagens.

Mas a democracia, assim como Hollywood, às vezes insiste na sequência de filmes que fracassaram nas críticas mas foram sucesso de bilheteria.

No elenco escolhido por Donald Trump estão Chris Wright e Lee Zeldin, futuros líderes do Departamento de Energia e da Agência de Proteção Ambiental, respectivamente.

Wright é executivo do ramo de petróleo e defensor do “fracking”, técnica de extração de óleo e gás natural do subsolo, alvo de protestos de ativistas durante a COP29.

Já Zeldin, um advogado de 44 anos, ao longo de sua trajetória política votou contra proteger áreas ao redor do Parque Nacional do Grand Canyon da mineração de urânio; contra a criação de um escritório de resiliência climática na Casa Branca; a favor de encerrar a participação dos EUA em uma convenção da ONU sobre mudança climática e contra um investimento bilionário para substituir tubulações de chumbo da rede de água potável.

O roteiro não parece animador para quem acha que estamos escrevendo as primeiras páginas do apocalipse climático. Mas se tem uma coisa que livros nos ensinam, é que tudo tem um precedente – e basta voltar alguns capítulos para encontrar novas narrativas.

Rebobine, por favor

Em seu primeiro mandato, Trump destruiu iniciativas climáticas ao tentar reverter 125 proteções ambientais.

Embora muitas dessas tentativas tenham sido anuladas ou suspensas nos tribunais, uma segunda presidência de Trump pode ter mais sucesso em investidas semelhantes, uma vez que os republicanos agora são maioria no Senado e na Câmara dos Representantes.

Mas a onda vermelha no Congresso deve encontrar resistência na força local, como antes. Assim que Trump anunciou, em 2017, a saída dos EUA do Acordo de Paris, comunidades, estados, líderes empresariais e grupos de mídia se uniram para formar a America Is All In, uma coalizão a favor de ações climáticas.

Mais de 4 mil prefeitos, governadores, presidentes de universidades e executivos assinaram a declaração “We Are Still In”, comprometendo-se a cumprir as metas do Acordo de Paris e a continuar o diálogo com a comunidade internacional.

O relatório Accelerating America's Pledge, de 2019, descobriu que a liderança “de baixo para cima” reduziria as emissões dos EUA em até 37% até 2030, mesmo sem apoio federal.

Assim, desde o primeiro governo Trump, as iniciativas de ação climática subnacionais só cresceram - em força e comprometimento. A copresidente-gerente da America Is All In e ex-administradora da EPA, Gina McCarthy, disse:

“Não importa o que Trump diga, a mudança para energia limpa não pode ser parada, e nosso país não vai voltar atrás”.

Muitos estados promulgaram políticas climáticas ambiciosas. Os 24 estados e territórios que compõem a bipartidária U.S. Climate Alliance, representando 54% da população e 57% da economia dos EUA, se comprometeram coletivamente a atingir emissões líquidas zero até 2050.

Alguns estados estão prontos para uma ação ainda maior antes que Trump tome posse. Na Califórnia, por exemplo, os eleitores aprovaram quase que por unanimidade a Proposta 4, um investimento de US\$ 10 bilhões que ajudará o estado a se preparar para os impactos das mudanças climáticas.

Logo após a eleição, o governador da Califórnia, Gavin Newsom, anunciou uma sessão especial da legislatura estadual para tomar medidas “para salvaguardar os valores da Califórnia” — incluindo a luta contra as mudanças climáticas — antes do segundo mandato de Trump.

Um dia depois, o California Air Resources Board (CARB) aprovou atualizações para o Low Carbon Fuel Standard (LCFS), projetado para acelerar o desenvolvimento de combustíveis limpos e infraestrutura de emissão zero, com o objetivo de ajudar o estado a atingir as metas de qualidade do ar e clima.



Jornalismo regional será vital para iniciativas ambientais locais

Os eleitores do estado de Washington mantiveram uma lei que obriga as empresas a cortar as emissões de carbono enquanto arrecadam bilhões para apoiar programas de restauração da natureza e preparação climática.

O governador de Maryland emitiu uma ordem executiva abrangente no início deste ano, orientando as agências estaduais a desenvolver planos de implementação para garantir que o estado continue trabalhando em direção às ambiciosas metas de mudança climática, que visam carbono líquido zero até 2045.

Paralelamente, as cidades vem desempenhando papel crucial no avanço das políticas climáticas. O Climate Mayors, que começou como uma rede de 30 prefeitos em 2017, agora é uma rede bipartidária de quase 350 prefeitos dos EUA, impulsionando a ação climática em suas comunidades.

Essas cidades investem em infraestrutura verde e iniciativas locais de redução de emissões — isso continuará a mitigar os impactos das mudanças climáticas e a construir ambientes urbanos mais sustentáveis com ou sem a participação do governo federal.

Assim como muitas grandes manchetes começam a partir de notas de veículos locais, a imprensa precisa voltar sua atenção às comunidades e reportar essas pequenas iniciativas que, coletivamente, podem ter grande impacto. Não se pode esquecer a força do jornalismo regional.

Manter uma rede de correspondentes bem estruturada é a espinha dorsal de uma mídia adequada ao desafio, mas isso requer investimento — e Trump pode ser um agente favorável. Durante seu primeiro mandato, houve o fenômeno denominado Trump Bump, que fez aumentar assinaturas e acessos online.

Mas para quem está na linha de frente, sobretudo na cobertura climática, a era Trump pode ser difícil.

Entrevista | Aaron Cantú, jornalista ambiental



Repórter investigativo baseado em Los Angeles, Aaron Cantú esteve nas trincheiras — ou, no caso, nas redações — no primeiro mandato de Donald Trump. Ele foi preso no dia da posse do presidente.

Agora cobrindo exclusivamente pautas ambientais, ele acredita que o que vem pela frente não é nada sustentável para sua saúde mental, ainda que seja fértil para sua carreira.

‘Ângulo Trump’

“O que lembro do primeiro mandato é que, além da experiência ruim com as autoridades, existia uma pressão para que todas as reportagens tivessem o que eu chamo de “ângulo Trump”. Por menor ou mais local que fosse a pauta, sempre tínhamos que pensar num enfoque político, levando em conta o presidente.”

A(ten)ção

“Acho que o problema das questões ambientais não tem tanto a ver com a atenção que as pessoas prestam, mas com a inatividade que ainda existe.

Vimos que 2023 bateu o recorde de emissão de gases poluentes. É estranho pensar que isto ainda é uma realidade, considerando tudo o que sabemos sobre a mudança climática.

Não acho que falta de atenção seja o problema, mas falta de ação. Todo mundo é de alguma forma impactado pelos efeitos da mudança climática. O governo não está agindo como deveria e a pergunta é: por quê? Sinceramente, não sei.”

Escolher as pautas e as batalhas

“Tendo como base o que já passamos no primeiro mandato de Trump, acho que nós jornalistas teremos muito trabalho. Será importante não se sobrecarregar; saber escolher as suas batalhas e as suas histórias.

Essa vai ser a minha estratégia. O lado bom é que teremos histórias excelentes para apurar, mas também teremos de ser mais criteriosos, pois não vai faltar pauta.”

Oportunidades profissionais

“O futuro do jornalismo é bastante incerto. Repórteres jovens e quem está começando na carreira têm que ter um plano B. Mas esta área nos ensina muitas coisas que são úteis em outras atividades. Ela nos abre um leque de opções.

Quem se especializar em jornalismo ambiental pode ter oportunidades de trabalhar em empresas ou agências que precisem deste conhecimento e habilidades.”

Power Onward™



JORNADA DESTINO AO ZERO

ACELERANDO PARA UM
FUTURO SUSTENTÁVEL

IMPULSIONADOS PELA INOVAÇÃO

Estamos em uma missão contínua para descobrir novas e melhores maneiras de manter o mundo funcionando. Dando um passo importante em nossa Jornada Destino ao Zero, estamos comprometidos a alcançar um futuro com zero emissões até 2050.

Como líder no mercado de motores e soluções de energia, nosso compromisso é reduzir as emissões e investir em tecnologias que impactam diretamente o meio ambiente e os negócios. Nossa estratégia é focada em:

- Combustíveis de baixo carbono
- Rede descarbonizada
- Economia de hidrogênio verde
- Motores avançados e soluções inovadoras

A TRANSFORMAÇÃO COMEÇA AGORA, E A AÇÃO DEVE SER COLETIVA. VAMOS JUNTOS CONSTRUIR UM FUTURO MAIS SUSTENTÁVEL!





Príncipe William vai a Belém levando na bagagem as **contradições entre falar e fazer** da família real

Seguindo os passos de ambientalista do pai, o rei Charles, que no passado não era tão levado a sério em uma época em que muitos ainda não haviam reconhecido a importância da sustentabilidade ambiental, o príncipe William anunciou que vai à COP30, em Belém.

Charles III abriu a COP28, em Dubai. Mas este ano ficou em casa. O tratamento de câncer pode ter sido um motivo, embora ele tenha ido pouco antes à Austrália.

Ou talvez o meio ambiente tenha deixado de ser prioridade para o monarca, que no trono passou a lidar com problemas maiores. A começar pelo futuro da monarquia, desgastada sobretudo entre os jovens.

Ele pode também ter julgado prudente evitar posar de ativista sendo o chefe de Estado de um dos países mais ricos do mundo, cobrados a contribuir para o objetivo da COP29: financiar a adaptação climática em países menos desenvolvidos - vários deles ex-colônias britânicas.

O filho William dá sinais de uma monarquia modernizada. E a causa do clima se encaixa no contexto de reverter o desgaste da monarquia junto aos jovens.

Um dos grandes projetos do herdeiro da coroa britânica é o Earthshot Prize, que destina anualmente 1 milhão de libras para iniciativas ambientais em vários países.

Este ano o anúncio dos vencedores foi na distante (de Londres) África do Sul, para onde o príncipe arrastou seus assessores e provavelmente viajou de jatinho - um dos maiores inimigos do clima.

William e a fast fashion

Mas no melhor estilo RP da realeza britânica, ele mandou um recado para os críticos da *fast fashion*, outra vilã dos ativistas: usou um paletó vintage na cerimônia.

A assessoria fez chegar à imprensa que a peça fora comprada em um brechó de Londres.

O nome do brechó não foi informado, nem a marca do blazer de quatro botões. Um amigo a quem recorro para esclarecer questões de estilo acha que a peça parece ter sido feita sob medida por um alfaiate da Saville Row para algum aristocrata inglês antes de chegar ao brechó.

Meu amigo sartorialista observou ainda que o caimento perfeito poderia ser resultado de ajustes feitos por um alfaiate - o que deve ter custado uma boa quantidade de emissões com idas e vindas de assessores, alfaiates ou do blazer.



Foto: screenshot transmissão

Pode ser maldade. Pode ser que o blazer fosse a conta para o príncipe, sem precisar de ajustes.

Ainda assim, a escolha abre duas questões. A primeira é sobre *fast fashion*. Usar roupas vintage ou alugadas virou moda e é bom lance de RP para celebridades.

A mulher do ex-premiê Boris Johnson casou-se trajando um vestido alugado.

Entretanto, uma parcela de ativistas desaprova essa escolha, devido ao transporte de roupas para o aluguel e a energia dispendida para a higienização. Uma peça que dura a vida toda seria uma escolha mais acertada.

A outra questão é mais ampla: a desconexão entre palavras e atos de celebridades que se engajam em sustentabilidade ambiental.

O uso de jatinhos é um exemplo. Há o argumento da segurança. Mas o fato é que o número de famosos e autoridades queimando CO2 pelo mundo só cresce, até nas conferências de clima.

Um estudo feito pela Universidade Linnaeus, na Suécia, apontou a COP28 como um dos grandes geradores de voos particulares. A deste ano não deve ter ficado atrás.

Lucrar com o clima é mais uma das vulnerabilidades na reputação de sustentabilidade da monarquia. Segundo o The Times, o rei ganharia pelo menos £28 milhões anuais com parques eólicos graças ao direito feudal de cobrar por cabos que cruzam o Ducado de Lancaster.

As torres pertencem a empresas privadas que as exploram comercialmente. Mas será que o dinheiro precisaria ir para a conta pessoal, ao invés de ser destinado a projetos ambientais?

São as contradições do clima, do RP da realeza britânica e da gestão de reputação de famosos, que precisam cada vez mais redobrar cuidados para alinhar discurso e ações.

A batalha contra a **desinformação climática** ficou (oficialmente) fora da COP29

Mas o **G20** e as **ONGs** fizeram a sua parte

A desinformação é apontada pelo Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC) como vilã no combate às mudanças climáticas e seus efeitos.

Mas não veio da COP29 e sim do encontro de líderes do G20, que aconteceu simultaneamente, um movimento concreto para neutralizar o negacionismo e o conteúdo desalinhado com a ciência do clima.

Seria ingênuo achar que a ONU e os chefes de Estado e de Governo que subiram a rampa do Museu de Arte Moderna (MAM) no Rio para a reunião do G20 tenham se inspirado na visão da Baía de Guanabara em um dia de sol para se unir contra a desinformação ambiental.

Acordos firmados nesses encontros são resultado de meses (ou anos) de negociações diplomáticas.

Mas foi no MAM que a ONU e a Unesco lançaram, junto com o Brasil, uma iniciativa global para combater a desinformação climática e fortalecer a ciência.

Porém, a cifra prometida para um fundo que vai financiar as ações é pequena para o tamanho do problema.

Em 36 meses, o fundo espera arrecadar de US\$ 10 milhões a US\$ 15 milhões para desconstruir a desinformação ambiental, quase nada diante da necessidade.

[Veja mais sobre a iniciativa aqui](#)

No entanto, o reconhecimento é um avanço a ser comemorado, pois nem as conferências do clima da ONU escapam desse mal.

Uma investigação da Global Witness revelou que dezenas de contas suspeitas na plataforma X, notória pela disseminação de desinformação climática, promoveram antes da cúpula narrativas relacionadas à COP29 de interesse do governo do Azerbaijão.

O grito das ONGs e da ciência em Baku

Se a diplomacia não colocou a desinformação na mesa em Baku, as ONGs e os cientistas não perderam a oportunidade.

Um manifesto assinado por organizações internacionais e especialistas em clima foi divulgado na COP29 para instar governos a combaterem a desinformação climática nas redes sociais.

O manifesto pede que os Estados obriguem empresas de mídia digital a tomarem medidas como reconhecer a desinformação climática como uma ameaça, adotar uma definição universal de desinformação climática, produzir planos para impedir sua propagação e aumentar a transparência e os relatórios.

A carta cita o relatório da coalizão CAAD (Climate Action Against Disinformation) publicado poucos dias antes da abertura do encontro da ONU, intitulado *Extreme Weather, Extreme Content*, que documenta como a desinformação climática online "é abundante e prejudica continuamente a ação climática".

O trabalho foi baseado em três estudos de caso:

- Oposição às energias renováveis e a carros elétricos no **YouTube e TikTok**
- Instrumentalização de incêndios florestais no **X e YouTube**, e desinformação sobre o furacão Helene no **TikTok**
- Publicidade de combustíveis fósseis nas **plataformas da Meta**



O estudo registra ainda que o acesso de pesquisadores a dados das plataformas digitais está se tornando cada vez mais difícil.

Isso dificulta a análise eficaz da desinformação climática por acadêmicos.

A CAAD argumenta que é preciso focar em quem lucra com esse tipo de desinformação, incluindo as empresas de tecnologia e os que se beneficiam da inação climática.

Exemplo espanhol expõe riscos da desinformação climática

Após as inundações que devastaram a região de Valência, na Espanha, o negacionismo e a proliferação de notícias falsas foram intensos. Especialistas e sites de *fact-checking* como o Verifica RTVE e o Maldita foram mobilizados para levar serenidade ao debate.

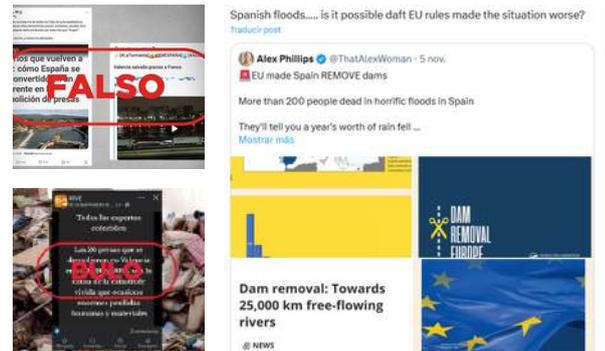
Um dos argumentos era o de que o fenômeno meteorológico DANA, causador das chuvas intensas, sempre ocorreu. Portanto, não teria qualquer conexão com as mudanças climáticas.

“Este tipo de negacionismo e as notícias falsas podem custar vidas”, advertiu a organização ambiental Greenpeace na Espanha.

Uma das notícias falsas que mais viralizou nas redes - e desmentida pelo Greenpeace - foi a de que as inundações provocadas pela DANA foram resultado do desmonte de barragens, reservatórios e açudes. Alguns posts chegaram a afirmar que a demolição de represas atendeu a uma diretriz da União Europeia.

As teorias conspiratórias também foram amplamente disseminadas. Uma delas afirmava que a DANA teria sido um ataque meteorológico Haarp - referência ao projeto científico norte-americano que visa estudar os fenômenos físicos ocorridos nas camadas superiores da atmosfera terrestre.

“Em situações como a DANA de Valência, a desinformação multiplica o medo e promove comportamentos às vezes violentos, como no episódio da visita dos reis e das autoridades à região da catástrofe”, disse Ramón Salaverría, catedrático de Jornalismo da Universidade de Navarra e coordenador do Observatório Ibérico de Mídias Digitais.



As declarações foram feitas em entrevista ao SINC (Serviço de Informação e Notícias Científicas), órgão da Fundação Espanhola para a Ciência e Tecnologia.

Trata-se de uma ação deliberada, aponta Salaverría:

“É uma iniciativa de agitadores que, através da desinformação e da divulgação de teorias conspiratórias, buscam ganhar adeptos para ideologias populistas ou movimentos negacionistas. E há os que fazem isso simplesmente para ganhar dinheiro.”



PARA SABER MAIS SOBRE O NOSSO PROPÓSITO, ACESSE O QR CODE E CONHEÇA NOSSA ESTRATÉGIA DE SUSTENTABILIDADE.



Saint-Gobain signatária do:



Nosso compromisso validado:



Parcerias e reconhecimentos:



Pesquisa PNUD-Oxford mapeia o que o público pensa sobre o clima e ajuda a planejar o que comunicar

Decisões editoriais envolvendo a cobertura ambiental e o planejamento de ações de comunicação devem partir do entendimento sobre o que o público pensa, o que realmente sabe e quais os equívocos comuns em torno de questões complexas e muitas vezes controversas pelo efeito da polarização e da desinformação.

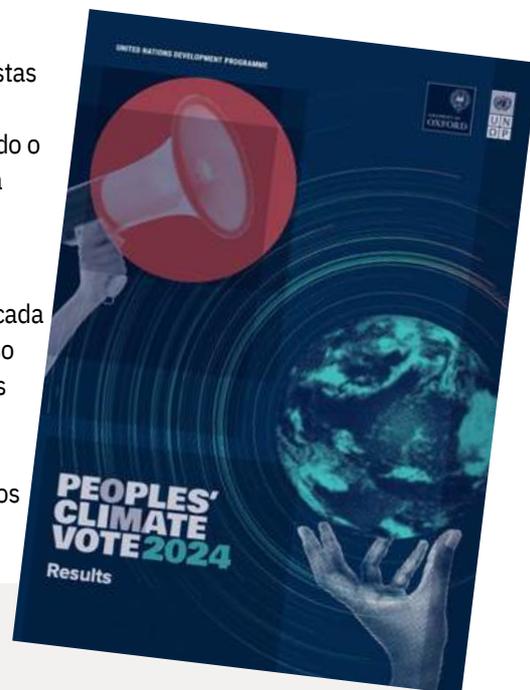
Isso se torna ainda mais importante com a aproximação da COP30, em Belém, que promete deixar o clima em mais evidência.

Em meio a centenas de pesquisas que procuram responder a essas indagações, uma se destaca.

O relatório **Peoples' Climate Vote 2024**, de autoria do PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) e produzido em conjunto com a Universidade de Oxford, é a maior pesquisa de opinião pública do mundo sobre mudanças climáticas.

A edição 2024, publicada em junho, é resultado de entrevistas por telefone com 73.765 pessoas de 77 países, incluindo o Brasil, representando 87% da população mundial.

Os resultados detalhados da pesquisa, com recortes para cada país, fornecem um guia valioso para a formulação de políticas climáticas e ações de comunicação que reflitam as preocupações e aspirações dos cidadãos.



O relatório completo pode ser visto [aqui](#)

Confira as principais conclusões do estudo

▶ **Preocupação Crescente** | A maioria dos entrevistados relatou estar mais preocupada com a mudança climática em comparação ao ano anterior. Essa preocupação é maior em países que já estão sofrendo seus impactos, como Fiji e Afeganistão.

▶ **Apoio à Energia Renovável** | Globalmente, a maioria dos entrevistados deseja que seus países substituam rapidamente os combustíveis fósseis por energia renovável. Esse apoio é consistente mesmo em países com alta produção de petróleo e gás, como Arábia Saudita e Brasil.

▶ **Proteção contra Eventos Extremos** | Diante do aumento da frequência e intensidade de eventos climáticos extremos, há uma forte demanda por mais proteção para as populações vulneráveis. Esse desejo é particularmente forte na América Latina e no Caribe, e na África Subsaariana.

▶ **Impacto nas Decisões** | A mudança climática não é mais uma preocupação abstrata para muitos. A pesquisa mostra que 69% dos entrevistados tomaram grandes decisões de vida, como onde morar ou trabalhar, influenciados por eventos climáticos extremos.

▶ **Ação para Proteger a Natureza** | A pesquisa também mostra um apoio esmagador à proteção e restauração da natureza. Globalmente, 81% dos entrevistados querem que seus países tomem medidas significativas para proteger ecossistemas e a biodiversidade.

▶ **Colaboração e Apoio** | A maioria dos entrevistados acredita que os países devem colaborar para enfrentar a mudança climática, mesmo quando discordam em outras questões. E há um forte apoio à ideia de que os países ricos devem fornecer mais ajuda financeira aos países mais pobres para lidar com os impactos da mudança climática - exatamente o objetivo da COP29.

O Brasil no 'Peoples' Climate Vote 2024'



Foto:Unsplash

A pesquisa "Peoples' Climate Vote 2024" aborda a opinião pública brasileira em diversos pontos, destacando o apoio da população a ações climáticas mais ambiciosas e a insatisfação com os rumos atuais.

Reprovação

60% dos brasileiros acreditam que o país está tendo um mau desempenho no combate à mudança climática. É o segundo maior índice de insatisfação entre os países pesquisados, indicando a necessidade de ações governamentais mais eficazes, segundo o estudo. No Haiti, a taxa é de 73%.

Preocupação x ação

Os brasileiros aparecem em 13º entre os que dizem se preocupar diariamente com as mudanças climáticas. Mas isso não se traduz em atitudes concretas: o país aparece em 44º no ranking das nações cuja população afirma que tomou grandes decisões de vida por causa dela.

Transição energética...

O relatório destaca que a população brasileira apoia fortemente (81%) uma transição rápida dos combustíveis fósseis para energias renováveis.

...sem demora

Quase dois terços (61%) dos brasileiros desejam que esta transição energética aconteça de forma muito rápida.

Pouca confiança na ação climática das empresas em nível global e no Brasil

O relatório do PNUD e da Universidade de Oxford revela que a população global está cética quanto aos esforços das grandes empresas para enfrentar a mudança climática.

Apenas **39%** dos entrevistados globalmente acreditam que as corporações estão fazendo um bom trabalho.

A desconfiança é maior em países como Grécia, Rússia e Espanha, onde a aprovação das ações das empresas é inferior a **15%**.

O Brasil está entre os cinco países onde a população menos acredita que as empresas estão fazendo o que devem.

Países da Ásia e do Pacífico demonstram maior confiança nas empresas, com **48%** das pessoas aprovando seus esforços.

Apenas **14%** das pessoas ouvidas acreditam que as grandes empresas tiveram o maior impacto no combate à mudança climática.

Esse número é significativamente menor em comparação com a influência atribuída aos governos.

Globalmente, uma parcela de **43%** das pessoas atribui aos governos o maior impacto. O Poder Público foi apontado como o ator mais influente em **89%** dos países pesquisados.



A era da desconfiança

Estudo mostra como a desinformação climática ameaça a credibilidade das marcas

Foto: Pixabay

Uma nova pesquisa da agência de propaganda Dentsu e da organização britânica **Conscious Advertising Network (CAN)** sobre desinformação climática e seus impactos nas marcas revela um cenário preocupante para a sociedade e para as empresas.

Intitulado "The Cost of Confusion" (O custo da confusão), o estudo revelou uma clara desconexão nas percepções do público a respeito dos impactos da mudança climática em nível global e em nível pessoal. Além disso, o trabalho constatou um alto grau de desconfiança em relação à comunicação e às práticas ambientais das empresas, confirmando o que mostrou o relatório do PNUD.

A pesquisa ouviu 1.012 adultos britânicos, de diferentes idades, regiões e faixas de renda, e apontou que:

- **88% dos entrevistados não confiam** totalmente que as marcas sigam a ciência climática o tempo todo.
- **Apenas 12% acham** que elas o fazem o tempo todo
- **91% não acreditam** que as marcas retratem seus compromissos climáticos de forma precisa
- **Apenas 9% acreditam** que as marcas não praticam *greenwashing* o tempo todo

Quebrando o vínculo entre publicidade e conteúdo prejudicial

Lançada em 2019, a Conscious Advertising Network tem como missão combinar a experiência em propaganda e direitos humanos dos fundadores, Jake Dubbins e Harriett Kingaby, para "quebrar o vínculo econômico entre a publicidade e o conteúdo prejudicial que divide comunidades, exclui vozes diversas, explora crianças e prejudica o consenso científico".

Essa falta de confiança na propaganda das marcas e em suas ações impacta diretamente o comportamento do consumidor:

- **45% dos entrevistados deixariam de apoiar uma marca** se soubessem que ela financia a desinformação climática, mesmo que acidentalmente.
- **22% deixariam de apoiar a plataforma** onde a marca veicula a desinformação.

Jake Dubbins, cofundador da Conscious Advertising Network, aconselha as indústrias de publicidade e mídia a reconhecerem seu papel em perpetuar ou abordar esses equívocos.

“A associação com a desinformação climática não apenas prejudica a credibilidade e reputação, mas também coloca em risco a viabilidade a longo prazo em um mundo cada vez mais focado na sustentabilidade.

Ao se distanciarem ativamente da desinformação e garantirem que as mensagens estejam alinhadas com a ciência climática, as empresas podem contribuir para um discurso público mais informado, reforçar a confiança do consumidor e proteger seu futuro em um cenário econômico e ambiental em evolução.

Entre seus membros estão agências de propaganda como Dentsu, Omnicom Media Group e Havas; empresas como Virgin Media O2 e Innocent Drinks e grupos da sociedade civil, incluindo o Escritório do Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos.

Na pesquisa liderada pela organização, 40% dos entrevistados apontaram as mídias sociais como a principal fonte de desinformação climática, seguidas por matérias na imprensa (20%) e familiares e amigos (9%).

Cobrando o Planeta: Uma análise global das práticas do jornalismo ambiental e climático

por ALDO DE LUCA

Sobrecarregada por relatórios científicos complexos, desastres ambientais, movimentos do setor privado e políticas públicas relacionadas ao clima, a imprensa vive sua crise particular para acompanhar o que a organização de jornalismo climático chama de “a pauta mais importante da nossa era”.

Entender a situação atual da cobertura, os desafios e facilitadores, as necessidades de treinamento e o papel das ONGs de apoio à mídia foi o objetivo do relatório *Covering the Planet: Assessing the State of Climate and Environmental Journalism Globally*, produzido pela Universidade Deakin, da Austrália.

Publicado em junho de 2024, o estudo utilizou uma metodologia mista, combinando uma pesquisa quantitativa com 744 jornalistas de 102 países, incluindo o Brasil, e entrevistas qualitativas com 74 jornalistas de 31 países.



Veja as principais conclusões

Aumento na cobertura | O interesse público crescente e a gravidade dos problemas ambientais e climáticos têm levado a uma ampliação significativa na cobertura desses temas na última década, o que é confirmado por outros estudos - que relatam, porém, queda desde o pico em 2021.

Relevância local | Jornalistas têm focado nos impactos locais da mudança climática para tornar os problemas mais compreensíveis e próximos do público.

Problemas x soluções | A maioria dos jornalistas aborda tanto os desafios quanto as soluções, valorizando iniciativas que podem inspirar ações positivas.

Obstáculos | Entre os desafios estão a falta de financiamento, dificuldades no acesso a dados, apoio insuficiente das redações, desinformação e segurança.

Treinamento | Jornalistas apontam a necessidade de capacitação em temas como efeitos na saúde, descarbonização, energias renováveis e ciência da atribuição.

Impacto da desinformação | Jornalistas enfatizam o efeito negativo da desinformação, atribuindo-a principalmente às redes sociais e a fontes governamentais.

"Falso equilíbrio" | Cerca de 62% dos jornalistas ainda incluem fontes céticas em suas reportagens em nome do equilíbrio, o que o estudo vê como desserviço à causa ambiental.

Potencial de impacto | Muitos jornalistas acreditam que seu trabalho pode promover mudanças, especialmente em nível local e na formulação de políticas públicas.

Apoio das ONGs | Organizações que oferecem financiamento, treinamento e oportunidades de colaboração são vistas como essenciais para fortalecer o jornalismo ambiental e climático.

O Brasil no relatório

O relatório "Covering the Planet" oferece diversos *insights* sobre a prática do jornalismo ambiental e climático no Brasil. O país teve uma participação significativa na pesquisa, com 23 participantes.

O desmatamento foi apontado como um dos principais focos de atenção dos jornalistas brasileiros, o que reflete a importância da Amazônia e a preocupação com a perda da biodiversidade.

Os entrevistados relataram dificuldades no acesso a dados governamentais, especialmente durante o governo Bolsonaro, o que prejudicou a transparência e a precisão das informações.

Foram destacados ainda o assédio digital e as ameaças físicas, essas últimas vindas dos denunciadores nas matérias, com registros de autocensura como medida de proteção.

Também emergiram preocupações sobre a dependência de financiamento externo e a sustentabilidade das redações independentes a longo prazo.

A desinformação foi apontada como um desafio considerável, com a disseminação de informações falsas principalmente nas redes sociais.

Apesar dos desafios, jornalistas brasileiros demonstraram otimismo quanto ao potencial de seu trabalho para gerar impacto e influenciar políticas públicas, especialmente em nível local.



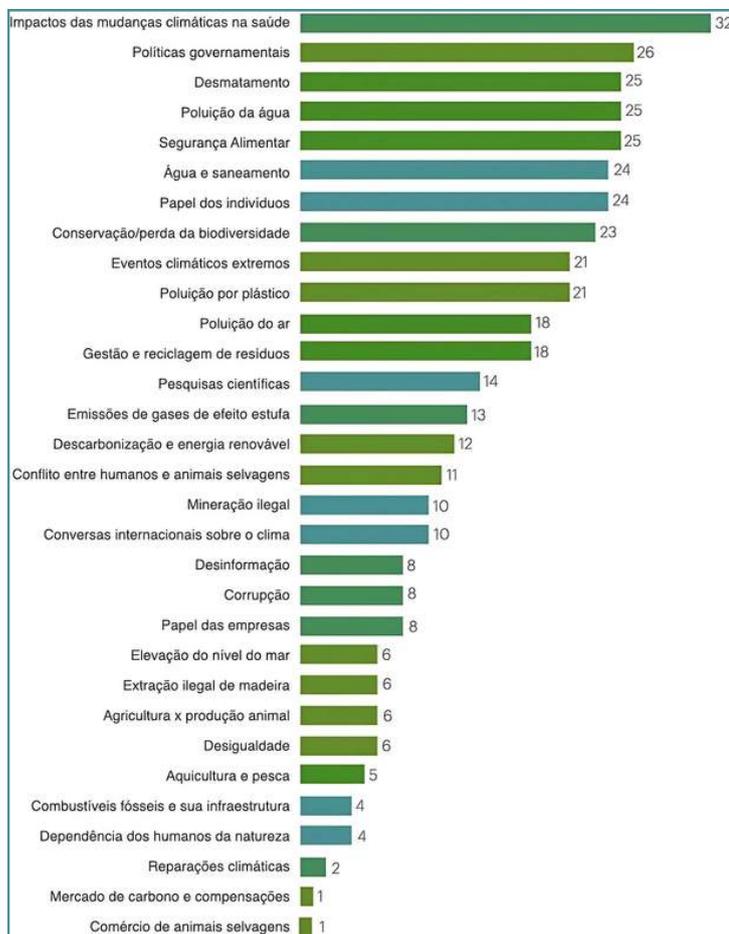
Jornalismo pode incentivar mais a ação climática ajustando o foco



Se “salvar nosso planeta é agora um desafio de comunicação” como diz o britânico David Attenborough, o mais longo comunicador ambiental em atividade, o jornalismo ambiental pode fazer melhor para vencer esse desafio, ajustando suas pautas para incentivar a ação climática.

Os pesquisadores da Deakin University responsáveis pelo relatório “Covering The Planet” pediram que jornalistas de 33 países apontassem os temas que têm noticiado localmente, escolhendo quantos quisessem de uma lista de 31 tópicos.

As respostas geraram um ranking dos temas ambientais com cobertura mais abrangente no mundo. O campeão foi “impactos das mudanças climáticas na saúde”, que além de ter mais menções, foi o que teve maior distribuição, aparecendo em 32 das listas (à exceção da colombiana).



Os pesquisadores chamam a atenção para o fato do pouco destaque que os jornalistas disseram dar a três temas relevantes para a conscientização e a ação climática:

- ▶ **Emissões de gases de efeito estufa**, o principal impulsionador das mudanças climáticas globais, que só apareceu na lista de 13 países (entre eles o Brasil)
- ▶ **Dependência de humanos da natureza**, por ser uma noção indiscutivelmente central para a sobrevivência humana no planeta, que só foi escolhida entre os destaques da imprensa de quatro países (Argentina, Bangladesh, Vietnã e Zâmbia)
- ▶ **Mercado de compensações de carbono**, o mecanismo para reduzir as emissões de gases de efeito estufa, foi o tema com menor abrangência, citado apenas entre os mais noticiados pela imprensa do Reino Unido.

Maior responsabilidade dos indivíduos ou das empresas?

Os pesquisadores consideraram surpreendente que o "**papel dos indivíduos**" tenha aparecido entre os mais noticiados no triplo de países (24) do que o "**papel das empresas**".

O mesmo fenômeno ocorre na imprensa brasileira: 70% dos entrevistados afirmam noticiar sobre o papel dos indivíduos e 65% sobre o papel das empresas no enfrentamento da crise.

O estudo atribui o fato às campanhas promovidas pela indústria de combustíveis fósseis, que têm por objetivo colocar o ônus da ação climática nos indivíduos.

Um exemplo citado foi o da criação do conceito da "pegada de carbono individual", desenvolvido em 2004 pela agência Ogilvy para a empresa petrolífera BP.

Desde então, o conceito foi popularizado — e criticado — por transferir o fardo da ação e da responsabilidade das empresas de combustíveis fósseis para os consumidores.

“Se a mídia ecoa essas campanhas, perpetua o discurso que visa a desacelerar a ação climática”, destaca o estudo.

O relatório completo pode ser visto [aqui](#)



Cobertura climática : três pilares recomendados pela **Covering Climate Now**

Dias antes da abertura da COP29, em Baku, a coalizão de jornalismo climático Covering Climate Now publicou um guia para orientar os que iriam acompanhar a conferência da ONU, e alertou:

“Não se engane: a COP29 é muito importante. Ao lado das muitas eleições ao redor do mundo em 2024 – incluindo o retorno de Donald Trump como presidente dos EUA - ela pode ser a pauta climática mais relevante do ano.”

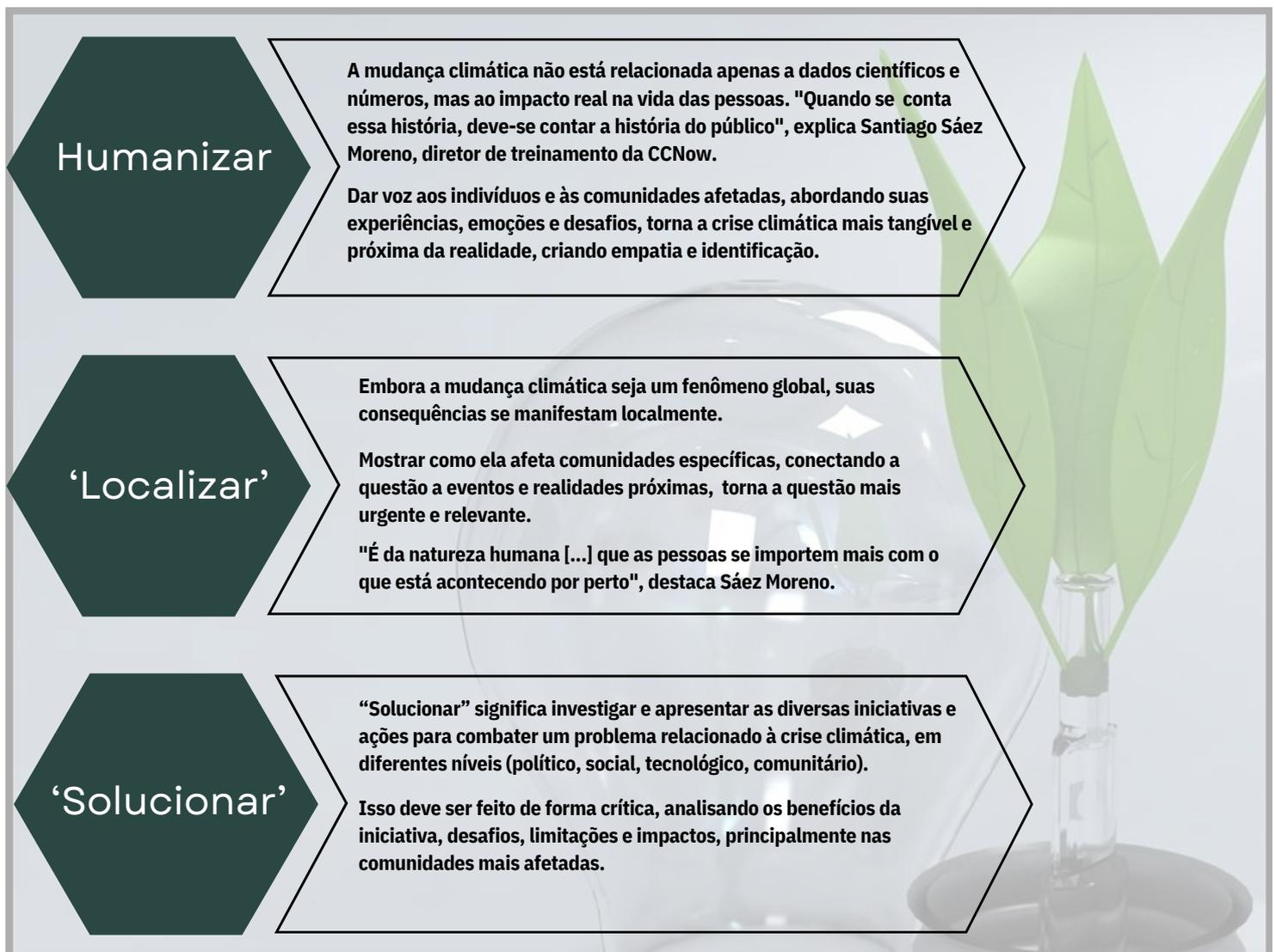
A missão da organização tem sido tocar os tambores para que a imprensa aumente o espaço para pautas relacionadas ao clima, indo além das editorias de ciência ou meio ambiente e incluindo o tema em matérias sobre outros assuntos.

Um dos treinamentos recentes promovidos pela CCNow abordou os três pilares recomendados para que a cobertura engaje o público: **Humanizar**, **‘Localizar’**, **Solucionar**.

Mark Hertsgaard, um dos fundadores da CCNow, disse no treinamento:

“Embora nós, como jornalistas, [...] nem sempre sejamos bem pagos, somos pagos para ajudar o público a entender a emergência climática e suas muitas soluções”.

Na visão da CCNow, o modelo dos 3 pilares contribui para combater a desinformação e o negacionismo, engaja o público, fortalece a confiança e inspira ação.



Jornalismo de soluções

‘Respostas a problemas também merecem ser notícia’

Em meio a desastres ambientais e estatísticas sombrias sobre o futuro do planeta, nem sempre é fácil contar histórias positivas ou inspiradoras, alinhadas ao conceito do jornalismo de soluções.

Uma reportagem premiada da iniciativa de jornalismo ambiental Amazônia Vox (foto) é um exemplo.

A série mostrou os desafios do atendimento médico a grávidas em comunidades ribeirinhas, e foi escolhida pelos jurados da Fundação Gabo como o melhor trabalho de 2024 na categoria Digital.

“O trabalho oferece uma análise completa das lacunas e desafios da saúde pré-natal na Amazônia. Expõe o problema, as respostas e suas limitações [...] com conteúdo revisado por adolescentes para garantir sua compreensão, e desenvolvido inteiramente por uma equipe de jornalistas locais”, disse a Fundação ao anunciar o resultado.

No espírito que norteia o jornalismo de soluções, que é o de impulsionar a transformação, a série inspirou um projeto de lei estabelecendo a prioridade no atendimento pré-natal às mulheres ribeirinhas no Sistema de Saúde do Pará.

Daniel Nardin, jornalista de 39 anos radicado em Belém, está à frente do Amazônia Vox.

Além de publicar conteúdo, a iniciativa é um banco de recursos para quem quer falar sobre a região, reunindo profissionais e fontes locais.

Nardin é também instrutor da Solutions Journalism Network, organização criada em 2013 pelos jornalistas americanos David Bornstein, Tina Rosenberg e Courtney Martin para impulsionar essa vertente do jornalismo que não tem como objetivo pintar a realidade de rosa, e sim apontar caminhos de forma construtiva.

O princípio é simples, explicado pela Solutions Journalism Network:

Enquanto os jornalistas geralmente definem notícias como “o que deu errado”, o jornalismo de soluções tenta expandir essa definição: respostas a problemas também merecem ser notícia. Ao incluir as soluções, a imprensa conta a história completa.

Clima é um dos focos de atenção da iniciativa, que contratou uma diretora dedicada ao tema, Lagipoiva Cherelle Jackson. Ela foi Editora de Colaborações Climáticas da The Associated Press e tem mais de 20 anos de experiência em cobertura da crise ambiental nas Ilhas do Pacífico, incluindo seu país natal, Samoa.

“Cobrir o clima de uma perspectiva de soluções é uma mudança necessária, saindo da desgraça e da melancolia das reportagens sobre crise climática. Não nega os impactos e os efeitos, mas fornece um retrato mais holístico da situação”, diz ela.

Os fundamentos do jornalismo de soluções, segundo a Solutions Journalism Network

Uma matéria de soluções se concentra em uma **RESPOSTA** a um problema social — explicando como ela funcionou, ou por que não funcionou.

Ela enumera as lições que tornam a solução relevante e possível de ser replicada. Em outras palavras, oferece **INSIGHTS**.

O jornalismo de soluções apresenta **EVIDÊNCIAS** — dados ou resultados qualitativos que mostram eficácia da solução (ou falta dela). Se não houver, o repórter deve explicar o motivo.

Matérias de soluções revelam as **LIMITAÇÕES** da resposta a um desafio. Nenhuma solução é perfeita. Algumas podem não ser replicáveis. Um repórter responsável contextualiza a solução.

A Solutions Journalism Network realiza treinamentos diretos online, capacita treinadores em diversos países, oferece bolsas e mantém um banco de matérias alinhadas a esse conceito, que podem inspirar e ajudar a entender como a ideia funciona. Saiba mais [aqui](#).



Caminho para Belém passa por inclusão de amazônidas nas ações de mídia e comunicação

por LUCIANA GURGEL

Veículos de imprensa nacionais e internacionais, assim como agências e departamentos de comunicação encarregados de desenvolver ações relacionadas à COP30, não precisarão quebrar a cabeça procurando profissionais locais ou fontes especializadas.

O projeto **Amazônia Vox**, criado pelo jornalista **Daniel Nardin** em 2023, será um recurso de grande valor com duplo benefício: a inclusão dos amazônidas e a oportunidade de entender melhor os riscos e as oportunidades.

O banco já tem mais de 670 inscritos dos nove estados da Amazônia Legal, entre jornalistas, fotógrafos, ilustradores, *filmmakers*, produtores, tradutores e intérpretes.

“Firmar parcerias e projetos com empresas, iniciativas, profissionais e veículos locais não deve ser visto como um ‘favor’, e sim necessidade, pois quem está no território tem muito a acrescentar”, diz Nardin.

O fundador da iniciativa salientou que já estão acontecendo diversos eventos relacionados à COP30 em Belém, e refletiu sobre os desafios dessa cobertura.

“**Cobrir uma COP deve ir além de noticiar uma conferência. Esse é um ponto importante e que o jornalismo em geral, não só o regional, tem debatido: como cobrir com qualidade e gerando engajamento, tendo a ciência como base?**”

Nardin observa que todos os jornalistas, mesmo aqueles que acompanham sustentabilidade ambiental e clima há décadas, consideram que é preciso se atualizar, ter cuidados na apuração e encontrar formas de abordar o assunto.

Ele acha que treinamento para reportar sobre o tema não é uma necessidade apenas de jornalistas locais, o que denota “uma visão muito colonial”, e sim de todos os profissionais de imprensa.



Daniel entrevista morador local no rio Acará, perto de Belém (Foto: Amazônia Vox)

Por enquanto, diz ele, a cobertura local da COP30 tem se concentrado na infraestrutura e outros preparativos que vêm sendo feitos “a toque de caixa”.

Mas o fundador do Amazônia Vox salienta a necessidade de ir além das questões de hotelaria ou trânsito.

“**O principal é questionar o que será dito por autoridades e empresas, analisar os compromissos, para uma leitura crítica e técnica.**”

Não dá para fazer jornalismo climático baseado em jornalismo declaratório, e as últimas COPs estão deixando isso cada vez mais evidente.”

Daniel Nardin, que já foi diretor de conteúdo do Grupo Liberal e comandou por cinco anos a Secretaria de Comunicação Estadual do Pará, lembra que o curso de jornalismo da UFPA (Universidade Federal do Pará) completará 50 anos em 2026, um dos sinais da robustez do ecossistema de mídia local.

“**Acredito muito na conexão e colaboração entre iniciativas e trabalhos. Existe um enorme potencial para isso antes, durante, mas sobretudo após a COP.**”

Afinal, depois de novembro de 2025 esses profissionais continuarão na região e - espera-se - a Amazônia também, com os mesmos problemas e oportunidades.

Resta saber até que ponto a COP pode deixar um legado para a região, em todas as áreas.”

Mais de 670 inscritos no Amazônia Vox, que pode ser acessado [aqui](#).



Plataforma do Carbon Brief conecta jornalistas a fontes do Sul Global

Com a COP30 se aproximando, a demanda por conteúdo de qualidade sobre a crise climática, especialmente com foco nas perspectivas do Sul Global, vai ser cada vez maior, assim como a busca de fontes locais.

Outro recurso além do Amazônia Vox é o Global South Climate Database, criado pela organização Carbon Brief em conjunto com o Instituto Reuters para Estudos de Jornalismo.

O banco de dados reúne perfis de mais de 1,1 mil cientistas e especialistas de 103 países, destacando também sua experiência com a mídia, o que ajuda na escolha de porta-vozes para entrevistas e outras participações.



A variedade de idiomas representados, com 90 línguas além do inglês, incluindo espanhol, hindi, francês e português, amplia o alcance e a acessibilidade da plataforma

Jornalistas, comunicadores, pesquisadores e ativistas podem utilizar a base de dados para contextualizar conteúdo e dar voz a cientistas e especialistas do Sul Global, cujas perspectivas são frequentemente sub-representadas na cobertura do clima.

Fontes especializadas brasileiras podem se cadastrar para fazer parte do banco de dados.

O acesso é feito [por este link](#)

Accor: hotelaria sustentável para receber os participantes da COP30 em Belém

por Antonietta Varlese | Accor



A Accor, líder global em hospitalidade, está se preparando para a COP30, que será realizada em Belém no próximo ano, com iniciativas que reforçam seu compromisso com a sustentabilidade. A rede conta com 11 hotéis no Estado do Pará, sendo oito na capital.

Pioneiro no compromisso de zerar suas emissões de carbono até 2050, o grupo vem implementando ações para reduzir o impacto das operações, como a substituição de 60 itens de plástico de uso único da experiência dos hóspedes, redução do desperdício de alimentos e economia de recursos naturais, contribuindo para a redução da pegada de carbono do setor de hotelaria.

“A conferência sobre a mudança climática da ONU (COP28), realizada em Dubai em 2023, já trouxe reflexões importantes para a Accor que queremos levar para a COP30 em Belém”, afirma Antonietta Varlese, SVP de Sustentabilidade e Comunicação da Accor Américas na Divisão PM&E.

“Reconhecemos o impacto do nosso setor no meio ambiente e estamos empenhados em utilizar a nossa posição de líderes na hotelaria para inspirar e incentivar demais players”, completa.

Descarbonização da rede

No processo de descarbonização, a gestão de dados de sustentabilidade é um dos principais desafios. O grupo Incentiva seus hotéis a usarem o sistema de coleta e gestão da informação e a acompanharem mensalmente a evolução da sua performance em sustentabilidade.

A Accor também reconhece a importância da alimentação plant-based para a redução da pegada de carbono. O Grupo já oferece opções à base de plantas em mais de 70% dos seus hotéis na região, contribuindo ativamente para a redução da pegada de carbono dos serviços de Alimentos e Bebidas. Além disso, a empresa segue a política global “Good Food Feels Great”, que estabelece que essas opções representem 50% dos pratos nos menus até 2030.

“Na Colômbia, aproveitando a COP16, que ocorreu em Cali, implementamos uma parceria com o Foodsteps, que permite aos hotéis medir com precisão a pegada de uso do solo dos seus menus, desenvolvendo estratégias para criar receitas que impactem menos na biodiversidade. Queremos ampliar essa parceria para outras regiões e fazer o mesmo em nossos hotéis em Belém para a COP30”, comenta Antonietta.



Antonietta Varlese é vice-presidente sênior de Sustentabilidade e Comunicação da Accor Américas na Divisão PM&E



“Nós, fotógrafos e fotógrafas, precisamos **unir forças** para que nosso trabalho tenha mais **reflexos positivos** na causa do clima”

por LUCIANA GURGEL

Uma imagem das enchentes no Rio Grande do Sul premiada pela Royal Meteorological Society na edição 2024 de seu concurso de fotografia de clima não mostra pessoas chorando, vítimas em macas, casas enlameadas ou carros empilhados.

O gaúcho **Gerson Turelly**, autor da imagem, documentou a navegação solitária de um socorrista em uma rua central da cidade, com os prédios refletidos na água parada que lembrava uma calmaria.

A foto foi a mais votada pelo público, e premiada pelo júri como a melhor na categoria Mudança Climática, criada este ano para destacar registros de fenômenos associados à crise ambiental.

A cena provoca uma reflexão sobre o poder da fotografia no combate à crise do clima. As imagens que documentam perdas são poderosas, mas não são o único caminho possível para comunicar a emergência ambiental.

Turelly, que também leciona fotografia, falou ao MediaTalks sobre sua experiência registrando as enchentes e sua visão sobre o valor da fotografia como instrumento de conscientização e mobilização.

Indo além das imagens, ele doou uma cópia da foto premiada assinada para um leilão em benefício de uma ONG que teve papel de destaque no auxílio aos afetados pelas enchentes.



“Remo”, foto de Gerson Turelly premiada pela Royal Meteorological Society. A composição e a iluminação da foto foram elogiadas pelos jurados, assim como a poderosa combinação de impactos climáticos e de tempo retratados na cena. Os jurados comentaram como a imagem mostra “passado, presente e futuro”: inundações sempre existiram e exigiram adaptação, mas à medida que as mudanças climáticas aumentam a intensidade das chuvas, elas se tornam ainda mais comuns, demandando soluções como a prevenção dos riscos.

“Fotografei o que vi e senti”

A foto premiada foi feita no cruzamento de duas ruas muito movimentadas do Centro, a Caldas Jr. e Andradas, onde há shopping, museu, praças, bancos, e restaurantes.

Mas as únicas pessoas que estavam ali naquele momento eram resgatistas. Um deles, voluntário, vestiu o colete, entrou em seu caiaque e seguiu em direção à área onde as águas eram mais profundas para levar itens essenciais a pessoas que ainda lá permaneciam.

Naquele momento percebi que ali estava a cena que contava um pouco da história de tudo: lugar histórico, lugar de movimento (placas de trânsito, parada de ônibus, muitos prédios), inundações inacreditáveis e bravura dos voluntários.

Fotografei o que vi e o que senti. E quem vê a foto já consegue imaginar tudo que há no seu contexto.”

O desafio de registrar fatos sem comprometer a dignidade humana

Gerson Turelly mora a cinco quilômetros do Centro de Porto Alegre, perto da Avenida Ipiranga, que começa junto ao rio Guaíba.

Ele contou ter presenciado coisas que jamais havia pensado ver na vida, como um fluxo intenso de ambulâncias, viaturas da polícia, da Defesa Civil e de forças militares, carros com barcos a reboque e motoristas fazendo manobras arriscadas.

Dias depois foi ao Centro - e o choque aumentou.

“No Centro, ‘travei’ e fiz poucas fotos

Após o dia 4 de maio houve uma breve trégua na chuva e fui ao Centro ver como estava a região.

Fiz um trajeto pelas “novas margens do Guaíba”, já que ele havia invadido as ruas da cidade. Foi desolador. Aquelas ruas que pulsam fortemente num dia normal de semana com seu comércio e serviços, e com o movimento das pessoas, estavam inertes. Fiquei tão consternado que acabei “travando” e fiz poucas fotos.

“Foto premiada ajudou a manter “o assunto” na pauta

A fotografia, entre tantas das suas “missões”, tem a de informar e a de lembrar, criar memória.

Inscrevi a foto no concurso por ter relação direta com as consequências das mudanças climáticas.

O fato de ela ter ficado entre as finalistas ajudou a manter o assunto na pauta da imprensa, e mais ainda após o prêmio.

Por aqui, a imprensa tem conseguido dar voz a todas as partes envolvidas na situação. Mas é preciso continuar “batendo na tecla”. Até porque o “assunto” [mudança climática] já faz parte do nosso cotidiano, como a economia e a política.”

“O futuro precisa de registros trágicos e redentores...”

Aqui, como em todos os países, há uma parte da imprensa que é mais sensacionalista e outra mais cuidadosa em relação à exposição de pessoas após acontecimentos trágicos.

Também como em muitos outros lugares do mundo, grande parte do público dá atenção às cenas mais trágicas, nas quais as pessoas têm sua dignidade comprometida, inclusive compartilhando essas cenas.

Por um lado, entendo que seja importante ter o registro de tudo, da cena mais trágica à cena mais redentora em meio à tragédia. O futuro precisa desses registros.



A foto de Gerson Turelly explora o contraste entre as cores vivas da cidade e a ‘paralisa’ depois que as águas da inundação isolaram o centro de Porto Alegre



“Eu me senti muito impactado por tudo o que vi, não me senti à vontade para fazer mais fotos.

Esses policiais que registrei ficaram um longo tempo olhando para a rua inundada, fotografaram e filmaram com seus celulares.”

... mas ‘inundar’ com cenas trágicas pouco colabora para o entendimento dos fatos

Por outro lado, entendo que inundar os noticiários, a internet e as redes sociais com cenas trágicas pouco colabora para um verdadeiro entendimento dos fatos. Isso acaba por impactar mais ainda as pessoas atingidas pela tragédia.

Mostrar insistentemente famílias em prantos por perderem suas moradias tanto pode provocar compaixão como provocar pensamentos perigosos, como “essas famílias erraram em construir casas nesses lugares”. Enquanto isso, a discussão sobre os reais problemas acaba ficando de lado.



Yula Rocha, jornalista, e Piratá Waurá, cineasta e educador

A força da cultura na mobilização para a causa do clima

Em outubro, o povo Wauja, do território indígena do Xingu, no Mato Grosso, fez um lindo ritual com cantos e danças tradicionais na aldeia Ulupuwene para receber a réplica em tamanho real de seu patrimônio cultural mais sagrado - a gruta do Kamukuwaká.

As gravuras talhadas nas paredes da caverna - o livro de conhecimento desses povos - foram vandalizadas em 2018. Uma tentativa criminosa de apagamento da memória que há séculos guia a cosmologia, a cultura e o modo de vida desses povos ameaçados pela expansão das barreiras agrícolas e pelas mudanças climáticas.

A cerimônia de inauguração da réplica, um projeto de parceria internacional com o People's Palace Projects, um centro de arte e pesquisa para mudança social e climática e a fundação espanhola Factum, aconteceu em meio à mais severa e prolongada seca na região, sob a fumaça das queimadas na Amazônia.

Respostas para a crise planetária

Os indígenas fizeram da festa um ato de luta pela preservação de seus territórios e saberes. Afinal, é na gruta do Kamukuwaká, dentro de uma fazenda de soja, que estão muitas respostas para o enfrentamento da crise planetária.

Kamukuwaká ensinou aos antepassados Wauja como se relacionarem com a natureza. Ele mostrou aos jovens como transformar inimigos em aliados. Na leitura de hoje, inspira o caminho para salvar o planeta e trazer para a luta até os que contribuem para sua destruição - ou que não acordaram para o problema.

A cultura é a melhor plataforma de sensibilização para promover uma mudança profunda de paradigma.

Arte e manifestações culturais podem transformar hábitos e comportamentos para salvar o mundo do colapso.

Esse movimento da cultura em prol da ação climática ganhou força nas últimas COPs. Em Dubai, onde um pavilhão inteiro foi destacado para discutir cultura e clima, o Brasil assumiu protagonismo.

A Ministra Margareth Menezes entrou no Grupo de Amigos de Ação Climática Baseada na Cultura, com representantes de mais de 30 países comprometidos a integrar a cultura na política climática da UNFCCC.

No mês passado, em Salvador, o G20 da Cultura programou o seminário internacional Cultura & Mudança Climática com participação das ministras dos Povos Indígenas, da Cultura e do Meio Ambiente, junto com ativistas, acadêmicos e representantes da sociedade civil.

Em Baku, o movimento se articulou e ganhou força para que a "ação climática baseada na cultura" seja incluída na decisão final da COP30 em Belém no ano que vem. Seria uma bela vitória do Brasil e do mundo, quando o acordo de Paris completa 10 anos.

Para cumprir as metas desse acordo até 2030 e frear novas catástrofes climáticas, precisamos de uma transformação profunda e sem precedentes na história.

A cultura, em suas diversas dimensões - as artes, o patrimônio cultural, as indústrias criativas e o bem viver dos povos indígenas e comunidades tradicionais-, possui uma capacidade inigualável de diversificar formas de conhecimento, educação e narração de histórias, comunicando a urgência, mobilizando ações e influenciando modos de produzir, consumir e viver sustentáveis e orientados pela justiça social.

De volta à aldeia Ulupuwene, pedi ao cineasta e educador Piratá Waurá para explicar porque a história de uma gruta que pouca gente conhece, um patrimônio cultural sagrado e tombado pelo IPHAN, é tão relevante hoje para o planeta. A resposta foi um recado:

"Acreditamos que ao compartilhar a história de Kamukuwaká podemos ajudar a convencer o homem branco (não-indígena) a não se autodestruir."

‘NEWS INFLUENCERS’

Os jovens comunicadores que usam as redes para informar e mobilizar

A cobertura da COP29 não foi feita apenas por grandes veículos internacionais de mídia.

Ao lado de veteranos do jornalismo climático, estavam jovens que nunca passaram por uma redação tradicional ou por faculdades de jornalismo. Mas eles desempenham um papel vital para informar e desconstruir mitos usando as redes sociais.

O fenômeno dos *news influencers*, criadores de conteúdo digital que se dedicam a temas jornalísticos, ganha cada vez mais relevância no cenário da comunicação. Esse é o tema do **e-book "Criadores de Conteúdo e Jornalistas"**, do Knight Center para o Jornalismo nas Américas.

Combinando a acessibilidade e o alcance das mídias sociais com apuração jornalística, os *news influencers* conquistam a atenção de um público que se afasta dos meios tradicionais, abrindo espaço para novas formas de engajamento em temas como o clima.

O e-book mostra a experiência de criadores de conteúdo e ativistas estrangeiros e brasileiros que se especializaram em clima, motivando jovens a se interessarem pelo ativismo ambiental.

Um deles é Paulo Galvão, ativista e comunicador paraense que usa as redes sociais para conscientizar sobre a crise climática, conectando a questão ambiental a outras causas sociais.

Galvão foi a Baku como integrante da delegação da Engajamundo, organização criada em 2012 na esteira da participação de um grupo de jovens na Rio+20, antes de as cúpulas da ONU passarem a se chamar COP. Ele entrou para o grupo aos 15 anos.

Depois que os holofotes da conferência da ONU se apagaram, jovens como ele continuam a influenciar seus seguidores, atingindo audiências que estão fora da grande mídia e não consomem notícias pela TV ou jornais.

No livro, o influenciador traça um panorama histórico da violência e das políticas anti-indígenas no Brasil, salientando o valor da comunicação direta das organizações indígenas.

“Ela tem sido essencial para barrar e denunciar os crimes ambientais em nossas terras.

Apesar de vivermos em uma era de grande desinformação e fake news, as redes sociais e os veículos de comunicação são caminhos para mostrarmos o que acontece nos territórios indígenas.

São também um espaço para falarmos de nossas lutas e desafios e, sobretudo, para alcançarmos a visibilidade que nossas histórias exigem.”



Foto: Instagram

Storytelling: o impacto humano da crise

Paulo Galvão critica a mídia tradicional por, muitas vezes, se limitar a uma cobertura técnica e distante da realidade das pessoas mais afetadas pela crise climática.

Mas esses dois mundos não são antagônicos, na visão do ativista e influenciador mexicano Antonio Díaz Aranda, um dos “Cidadãos Verdes” da Unesco.

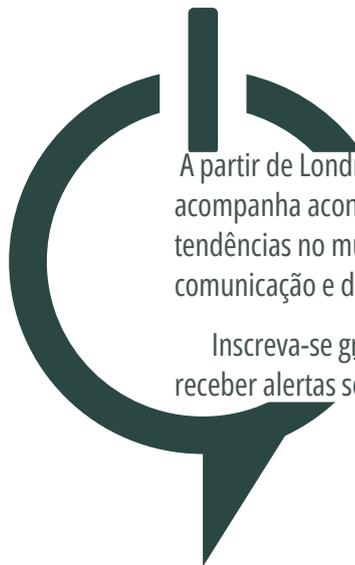
No livro sobre *news influencers*, ele compartilhou sua experiência na Sala de Imprensa Multimídia para Jovens realizada durante a Conferência do Dia Mundial da Liberdade de Imprensa da UNESCO 2024, no Chile.

Foi um espaço de “convergência de diversas perspectivas”, onde jornalistas tradicionais, com sua expertise em análise técnica e reportagem factual, uniram forças com ativistas e criadores de conteúdo, que trouxeram suas habilidades em comunicação digital, engajamento do público e paixão por causas sociais.

Aranda acredita que as narrativas jovens têm um papel fundamental na comunicação da crise climática. Para ele, uma abordagem de jovens criadores de conteúdo, aliada à criatividade e habilidade em engajamento digital, permite que a crise seja apresentada de forma mais próxima e acessível ao público.

O mexicano vê o *storytelling* como uma ferramenta poderosa para traduzir dados e análises técnicas em histórias que revelam o impacto humano da crise, despertando empatia e engajamento.

A conversa continua em MediaTalks



A partir de Londres, MediaTalks acompanha acontecimentos e tendências no mundo do jornalismo, da comunicação e das plataformas digitais.

Inscreva-se gratuitamente aqui para receber alertas sobre novos conteúdos



'Greenhushing': entenda por que empresas estão deixando de falar sobre ações climáticas, mas não de adotá-las

[leia mais >](#)



Como a vitória de Trump na eleição testa o compromisso global com o clima e desafia o jornalismo ambiental

[leia mais >](#)



Efeito da verdade ilusória: pesquisa revela como a repetição de mentiras molda opiniões erradas sobre o clima

[leia mais >](#)



'Conspiritorialidade' e clima: influenciadores de bem-estar estão espalhando desinformação ambiental

[leia mais >](#)



Parceiro de conteúdo

São Paulo
Rua Diana 914
05019-000 – Brasil

Londres
2-8 Eton Avenue 30
NW33EJ – Reino Unido

mediatalks@mediatalks.com.br

Direção editorial | **Luciana Gurgel**
lucianagurgel@mediatalks.com.br

Publisher Jornalistas Editora | **Eduardo Ribeiro**
eduribeiro@jornalistasecia.com



Edição | **Luciana Gurgel**

Textos | **Luciana Gurgel, Aldo De Luca, Claudia Wallin, Eloá Orazem, Márcia Carmo e Yula Rocha (colaboração)**

Comercial | **Silvio Ribeiro e Daniela Rocha**

Direitos autorais reservados – os artigos não podem ser reproduzidos sem autorização prévia.

MEMBRO DA MAIOR REDE GLOBAL DE JORNALISMO CLIMÁTICO



APOIO INSTITUCIONAL



PARCEIRO DE DISTRIBUIÇÃO

