

COP30

Análises sobre o maior evento climático do mundo



**imagem
corporativa**
CONEXÕES INTELIGENTES

Vol. 1: Especialistas de Comunicação | Maio de 2025

Índice

1. Abertura
2. Amazônia: um lugar de superlativos (Patricia Kishimoto)
3. Eventos sustentáveis e de impacto na COP30 (Paula Janer)
4. A capital da COP30 é Belém, mas é Mairí que precisa ser ouvida (Rafaela Collins)
5. Tensões geopolíticas: desafios à agenda da COP30 e oportunidades para líderes (Rafael Lopes)
6. Precisamos falar de Greenwashing? (Raphael Ferrari)
7. COP30 no Brasil: sua empresa está preparada para falar sobre isso com colaboradores? (Flavia Mangini)
8. Desafios e oportunidades da Inteligência Artificial para a agenda ESG (Renato Rodrigues)
9. Comunicação ESG ajuda executivos a debater com propriedade e articulação (Gisele Daberllay)



Abertura

A Samaúma, a gigante árvore considerada a “Rainha da Floresta”, é um dos maiores símbolos da Amazônia. A espécie, que pode atingir 70 metros de altura com suas raízes visíveis, vive literalmente por séculos (estima-se que a mais longeva do Brasil tenha entre 900 e 1.000 anos e esteja localizada no Pará). Considerada sagrada pelos povos originários, é um verdadeiro ecossistema que retroalimenta espécies em perfeita harmonia, simbiose e absoluto silêncio.

Fui impactada pela imponência e generosidade de uma árvore desta espécie – que nos oferece abrigo ao sol escaldante da região Norte ao mesmo tempo que contribui para a regulação do clima – em uma viagem recente a Belém (PA). A visita ocorreu durante atividades preparatórias para a COP30, principal evento climático do mundo organizado anualmente pelas Nações Unidas e que ocorrerá em novembro de 2025, pela primeira vez no Brasil e na Amazônia.

Não por acaso, há uma grande simbologia em receber a Conferência das Partes (COP) no País, mas o que nos enche de orgulho exige ainda mais responsabilidade. 2025 representa 10 anos do Acordo de Paris – um marco da política climática mundial que estabeleceu o compromisso das nações com metas para redução de emissões de gases de efeito estufa, além de limitar o aumento da temperatura média global a 1,5°C. Navegar por essas referências me faz recordar de outra

grande experiência na Imagem Corporativa, quando contribuímos para a realização da Rio+20 (Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável) no Rio de Janeiro, em 2012. O momento representava 20 anos da icônica ECO-92, também no Rio e que ocorria em um momento de intensa transformação geopolítica com o fim da Guerra Fria e o Velho Continente se preparando para a formalização do bloco da União Europeia.

Guardadas as devidas proporções, navegamos hoje em mais um período de intensa mudança geopolítica e que coloca em discussão todo o avanço que tivemos até aqui na jornada sustentável. É preciso resistir e fazer deste evento a COP da implementação com a defesa do financiamento climático, investimento em bioeconomia, a floresta em pé (sim!), transição energética, justiça climática e acompanhamento assertivo das metas estabelecidas.

O Brasil sempre foi uma voz respeitada na agenda climática global e tem agora a missão de liderar pelo exemplo ao sediar o mais importante evento climático do mundo.

Ser parte da solução

A **Walk4Good** (operação de sustentabilidade da Imagem Corporativa) tem como missão apoiar empresas e organizações no fortalecimento de uma jornada de sustentabilidade legítima e transparente. No entanto, vamos muito além do mundo dos negócios, pois buscamos

ser um verdadeiro hub de conhecimento. Acreditamos na sociedade em rede e que só compartilhando informação e boas práticas podemos ser parte da solução.

É com muita satisfação que te convido a mergulhar na edição especial deste E-Book com a participação de especialistas da Imagem Corporativa/Walk4Good. Elaboramos análises, debatemos oportunidades a partir de uma comunicação corporativa integrada, defendemos diálogos com os mais diversos públicos, sugerimos ações de engajamento com as partes interessadas e claro defendemos uma atuação autêntica para combater o greenwashing ("Lavagem verde").

Por fim, trazemos duas vozes locais potentes – representadas pelas minhas colegas Patricia Kishimoto (Manaus) e Rafaela Collins (Belém), que têm sido cruciais para nos ajudar a traduzir a imensidão da Amazônia.

Que sejamos sempre a transformação que queremos ver no mundo.

Boa leitura!

Vanessa Ramalho

Diretora executiva na Imagem Corporativa/Walk4Good



Amazônia: um lugar de superlativos



Por Patrícia Kishimoto*

A Amazônia sempre foi tópico nas principais discussões sobre mudanças climáticas, feitas por pessoas que talvez nunca tenham pisado na região, de seus escritórios bem distantes da realidade amazônica e sem compreender realmente os impactos de suas decisões para aqueles que nela habitam e, consequentemente, para o resto do planeta.

Mas, o que é a Amazônia?

Considerada a maior biodiversidade do planeta, a Amazônia abrange mais de 6 milhões de quilômetros quadrados, distribuída por nove países, como Bolívia, Peru, Colômbia, Equador, Venezuela, Guiana, Guiana Francesa, Suriname e o Brasil, que abriga 60% de seu território. Aqui no país, ela recebe a denominação de Amazônia Legal, percorrendo os estados do Acre, Amapá, Amazonas, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins. Se ela fosse um país, seria o sétimo maior do mundo.

De acordo com o Instituto Sociedade, População e Natureza, seu ecossistema é constituído de mais de 30 milhões de espécies animais, sem contar com o que ainda não foi catalogado, considerando a extensão de seu bioma. Só no Brasil, são 311 mamíferos, 1.300 aves, 273 répteis, 232 anfíbios e 1.800 peixes, fora aqueles que ainda não foram encontrados e estudados.

Já sua flora contém mais de 2.500 espécies de árvores de grande porte, correspondendo a 1/3 de toda a madeira tropical do mundo, são mais de 30 mil espécies de plantas, com mais de 2.000 delas identificadas como de utilidade na alimentação, na medicina, como a andiroba e a copaíba, e até na produção de biodiesel, como o buriti.

São números que impressionam, mas não para por aí!

A bacia hidrográfica mais importante do mundo corre em seu ventre, são cerca de 7.500.000km² de extensão, tendo como protagonista o Rio Amazonas, o maior e mais volumoso do planeta. Ele é tão importante e ao longo de seu percurso acontecem tantas dinâmicas, que ele pode ser chamado, sem modéstia, de rio da vida.

O Rio Amazonas é fundamental para o equilíbrio ecológico da Terra, influencia no regime hidrológico da região, contribui para a diversidade geográfica e

climática e ainda ajuda a regular a temperatura do planeta. Além disso, ele serve de estradas para abastecer cidades, é o principal meio de locomoção dos ribeirinhos, para que eles possam fazer atividades simples, como receber assistência médica, ir à escola e até votar.

Ele também é fonte de alimento e de renda, com a pesca e a agropecuária, e tem um papel fundamental no ecoturismo, já que muitos turistas escolhem as viagens de barco para conferir de perto o modo de vida tão conectado das comunidades ribeirinhas com a Amazônia, gerando conhecimento sobre toda a sua biodiversidade e estimulando a economia local.

A COP30 será em novembro, no mesmo período em

que nos dois últimos anos a Amazônia sofreu sua pior estiagem em décadas e sentiu na “pele” o aquecimento global. O Rio Amazonas secou. Comunidades ficaram mais isoladas e desabastecidas. Só no Amazonas foram registradas mais de 25 mil queimadas e Manaus foi a capital brasileira com a pior qualidade do ar em 2023.

O evento de logo mais, em Belém – Pará, será uma ótima oportunidade para que governos, autoridades, empresários e demais stakeholders conheçam de perto a realidade local, vejam com seus próprios olhos que os desafios são proporcionais à grandeza da Amazônia e percebam que preservá-la é garantir a vida no planeta para além de 2030.

*Jornalista da Imagem Corporativa, morou no Amazonas por mais de 20 anos e viaja anualmente para Manaus.



Eventos sustentáveis e de impacto na COP30

Por Paula Janer*



Realizar um evento durante a COP30 é mais do que uma oportunidade de visibilidade. É a chance de conectar-se com os principais atores do cenário climático global e deixar um legado que vá além da conferência. No entanto, para que isso aconteça de forma genuína, é preciso planejamento, bons contatos e uma estratégia que considere os desafios e as oportunidades que Belém oferece.

A escolha da cidade como sede da COP30 representa uma mudança simbólica na forma como os debates climáticos são organizados. Pela primeira vez, a principal cúpula do clima da ONU será realizada na Amazônia, um território crucial para o futuro do planeta. Mas essa oportunidade vem acompanhada de desafios logísticos e estruturais que não podem ser ignorados. Para empresas e organizações que querem se destacar,

conhecer a realidade local e trabalhar com parceiros estratégicos será essencial para garantir um impacto verdadeiro.

Definir objetivos e alinhar mensagens

Toda ação bem-sucedida começa com um propósito claro. Sua organização busca ampliar conexões, fortalecer a reputação, influenciar políticas ou lançar uma iniciativa sustentável? A mensagem central deve estar alinhada com os valores institucionais e com a agenda climática global para garantir coerência e relevância.

Além disso, o formato do evento precisa ser estratégico. Painéis de discussão, experiências imersivas e encontros fechados com stakeholders geram diferentes impactos e devem ser planejados de acordo com os objetivos definidos.

Definir objetivos e alinhar mensagens

Se a COP30 é sobre o futuro do planeta, os eventos paralelos também precisam refletir esse compromisso. De acordo com o Programa para Sustentabilidade no Sistema da ONU, eventos presenciais podem representar mais de 70% da pegada de carbono de uma organização, sendo o transporte e os materiais os principais responsáveis.¹ Reduzir esse impacto é possível por meio de ações como:

- Escolher espaços com certificação ambiental;
- Priorizar transporte coletivo e fornecedores locais;
- Utilizar materiais recicláveis na comunicação visual;
- Optar por *catering* sustentável com ingredientes de baixo impacto ambiental.

Além disso, a presidência da COP30 está comprometida com práticas sustentáveis, como a compensação das emissões de carbono, o uso de energia renovável nas instalações do evento e a promoção de uma economia circular com foco na reciclagem e reutilização de materiais.²

Criar conexões estratégicas

A COP30 não é apenas uma conferência, mas um ecossistema de debates e construção de narrativas.

Construir parcerias com ONGs, governos e especialistas fortalece a participação e amplia o alcance das mensagens. Ter apoio de profissionais que conhecem a região e seus desafios também pode fazer a diferença para evitar contratempos e maximizar o impacto.

Transformar presença em impacto real

O desafio é ir além da presença e garantir ações tangíveis, como:

- Participação ativa em debates e painéis;
- Experiências interativas e educativas;
- Uso de tecnologia para ampliar engajamento;
- Apoio a iniciativas locais alinhadas à pauta ambiental.

Ações superficiais e desconectadas da realidade local devem ser evitadas. O engajamento precisa ser autêntico e alinhado a compromissos reais da organização.

Garantir continuidade e legado

O impacto da COP30 não pode se encerrar com o evento. Para que a participação tenha valor duradouro, é essencial:

- Prestar contas sobre compromissos assumidos;
- Compartilhar aprendizados com stakeholders;
- Manter as iniciativas iniciadas, garantindo que o evento seja um ponto de partida para novas soluções.

*Gerente de Treinamentos

¹ United Nations Environment Programme (UNEP). Greening the Blue Report 2023: The UN System's Environmental Footprint and Efforts to Reduce It.

² COP30 FAQ. What sustainability measures will COP30 implement? Disponível em: <https://cop30.br/pt-br/sobre-a-cop30/perguntas-mais-frequentes>

A capital da COP30 é Belém, mas é Mairí que precisa ser ouvida

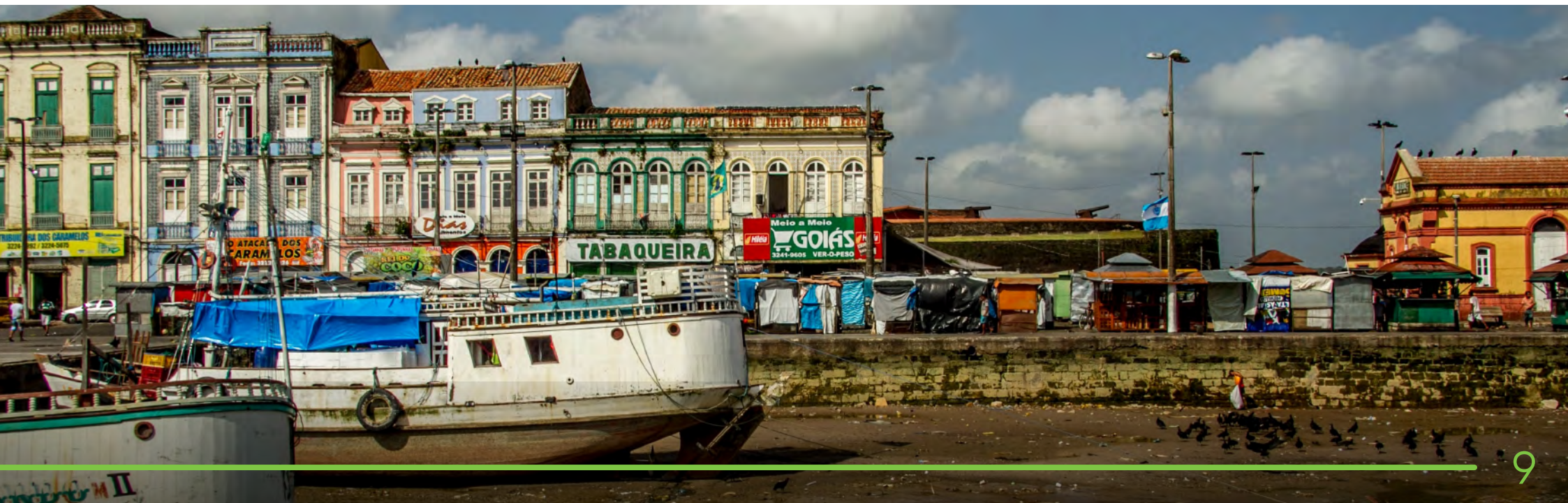
Por Rafaela Collins*



Às margens da Baía do Guajará, Belém, capital do Pará, carrega séculos de história como porta de entrada para a Amazônia. Fundada em 1616 pelos colonizadores portugueses, a cidade guarda uma memória ainda mais antiga e profunda: antes de se chamar Belém, esta terra era Mairí, território ancestral dos povos originários que por aqui viviam e seguem resistindo. Até hoje, os saberes de Mairí vigoram nesta região, protegendo a floresta e ensinando formas de

viver em harmonia com a natureza – muitas vezes ignoradas ou ameaçadas por hábitos impostos de fora.

Um exemplo vivo dessa sabedoria é o carimbó, expressão cultural que vai além da música e da dança. Os instrumentos são feitos com elementos da floresta – sem matar nada, respeitando o ciclo da vida, reutilizando materiais. As canções carregam conhecimentos passados oralmente, ensinando



sobre o tempo, os rios, os bichos, o respeito às coisas da mata. Trata-se de uma verdadeira pedagogia da floresta, que conecta gerações e sustenta a identidade amazônica.

A escolha de Belém como anfitriã do evento é simbólica e geopolítica. Como sede da 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP30) por critérios técnicos e estratégicos, mas, principalmente, por seu papel de representatividade. Pela primeira vez, a conferência acontecerá na Amazônia brasileira paraense. É um gesto necessário – trazer para o centro do mundo um território historicamente marginalizado, mas fundamental para o equilíbrio do clima global. O pulmão do mundo e o maior rio do mundo estão neste território, que também abriga uma Amazônia urbana, historicamente esquecida e que se prepara para abrir as fronteiras aos visitantes.

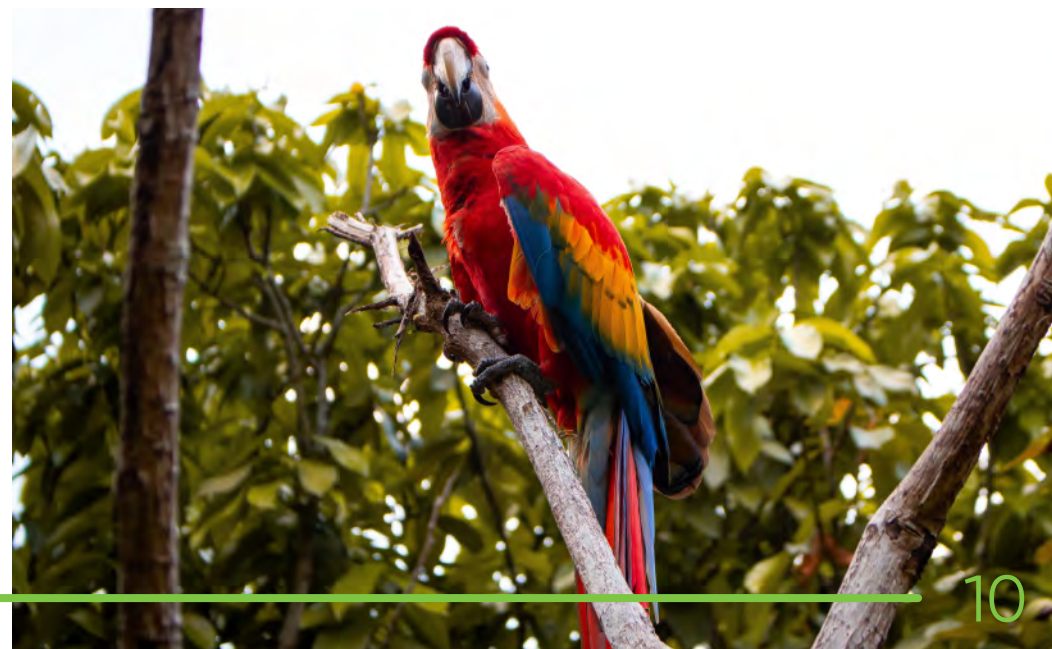
A candidatura de Belém foi defendida por lideranças políticas e ambientais como um gesto necessário: dar protagonismo aos povos e territórios que há décadas protegem a floresta. A cidade também atendeu a critérios técnicos da ONU, como capacidade de recepção, estrutura aeroportuária e compromisso com a agenda climática.

Durante a conferência, o mundo terá a chance de conhecer também os encantos de Belém como o Ver-o-Peso, o açaí autêntico, as danças folclóricas – que são diversas e vão muito além do carimbó – os mercados, os saberes populares e a gastronomia de

influência indígena, negra e cabocla. Mas, mais do que mostrar paisagens e sabores, é tempo de amplificar vozes e reconhecer que a floresta fala, e fala alto, por meio de seu povo.

O maior legado da COP30 será abrir espaço para Mairí falar – porque sem ouvir quem sempre protegeu a floresta, não há futuro possível para o planeta. Um legado que pode ser invisível, mas será duradouro: mudar a forma como o Brasil e o mundo enxergam a Amazônia. Para Belém ou Mairí, representa a chance de construir uma cidade mais justa, sustentável e orgulhosamente amazônica com a floresta no centro do futuro.

*Correspondente da Walk4Good em Belém



Tensões geopolíticas: desafios à agenda da COP30 e oportunidades para líderes



Por Rafael Lopes*

A Conferência das Partes (COP) é sempre um marco histórico nas discussões sobre o futuro das decisões climáticas, mas a sua 30ª edição será ainda mais impactante. Além de ser sediada no Brasil, o contexto geopolítico se mostra desafiador. Vemos um aquecimento global em avanço alarmante, marcado pelo aumento de 1,5°C na temperatura média global registrado em 2024, ao mesmo tempo em que o cenário político internacional segue em alta tensão entre as maiores economias, além de retrocessos nos compromissos ambientais. Diante desse cenário, paira no ar uma desconfiança quanto aos avanços nas políticas direcionadas aos setores ESG e como o mundo seguirá adiante em meio às mudanças climáticas cada vez mais intensas.

É compreensível o receio diante dos últimos fatos. A saída dos Estados Unidos do Acordo de Paris e a demonstração da Indonésia e da Argentina de hesitação em relação aos seus compromissos climáticos são exemplos das mudanças de comportamento. Na

Europa, o aumento dos gastos com defesa, devido à guerra na Ucrânia, reduz a disposição dos países para a realização de ações direcionadas ao clima.

Porém, uma visão detalhada do cenário gera esperança. No mesmo país norte americano que saiu do Acordo, há dissidências quanto às propostas de retrocessos nos compromissos ambientais. O embaixador e presidente da COP30, André Lago, destaca, em entrevista para o programa Roda Viva - da TV Cultura, que mais de 20 estados americanos e entre dois terços e três quartos das empresas do país continuam alinhados aos objetivos do Acordo.

No centro das principais discussões dos próximos passos para a redução das emissões de carbono, o setor de transição energética mostrou seu grande peso nos investimentos climáticos: em 2024, a transição energética ultrapassou US\$ 2 trilhões pela primeira vez, de acordo com o relatório Energy Transition Investment Trends publicado pela BloombergNEF.

Mesmo assim, a área também mostra visões conflitantes entre países-chave para o combate ao aquecimento global. A China, ao mesmo tempo em que é um dos maiores poluidores, também é responsável por 83% da produção mundial de painéis solares. A nação ainda é um exemplo quanto à implantação de transporte eletrificado para uso diário, em grande escala e acessível.

No Brasil, as tensões geopolíticas também impactam nas decisões que podem mudar os rumos da meta de aquecimento global de 1,5°C em relação aos níveis pré-industriais – ponto de inflexão fundamental para o planeta. A exploração da extensa reserva mineral brasileira, por exemplo, atrai tanto os Estados Unidos quanto a China como principais interessados nos metais críticos necessários para a transição energética, porém pode trazer forte impacto ambiental local. Ainda, as iniciativas de exploração de petróleo na foz do rio Amazonas estão postas à mesa e levantam apreensões que colocam o país no centro de um dilema entre desenvolvimento econômico e preservação ecológica.

A solução diante desse desafio global está no diálogo internacional e uma comunicação eficaz entre os atores políticos. A coordenação da COP30 também tem uma responsabilidade grande nesse panorama por gerenciarem as Contribuições Nacionalmente Determinadas (NDCs) e as estratégias para que seja alcançado o US\$ 1,3 trilhão anual necessário para financiar a transição energética. Para destravar um

financiamento desse porte, será necessário confiança no multilateralismo e superação das barreiras impostas à cooperação global. A presidência da COP30 precisará lembrar a todos que não existe plano B para a sobrevivência da humanidade no planeta.

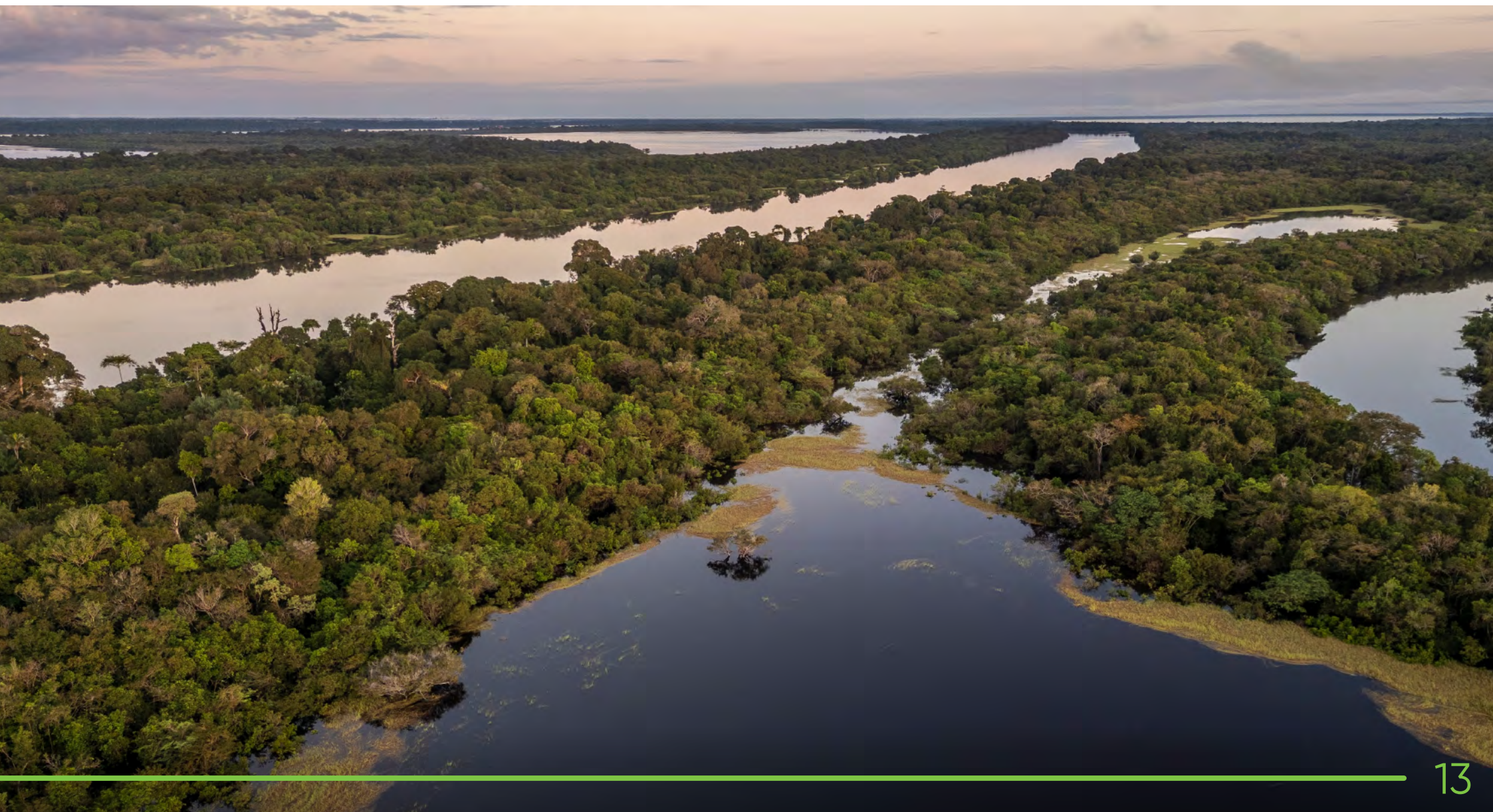
Diante da alta complexidade geopolítica, o setor ESG das empresas é também uma resposta estratégica para uma visão de conquista de benefícios a longo prazo. As companhias que seguirem práticas sustentáveis são parte da solução para reduzir os impactos das mudanças climáticas. Elas também se posicionarão frente às demandas dos consumidores e as exigências das regulações, que seguirão avançando nas cobranças de processos produtivos cada vez mais verdes. À medida que a COP30 se aproxima, as empresas têm uma oportunidade de liderar pelo exemplo.

Tanto os investimentos em tecnologias limpas quanto a adoção das práticas alinhadas aos objetivos climáticos globais podem gerar um destaque no mercado e atrair a confiança dos investidores. Para os demais stakeholders, a comunicação corporativa é a aliada essencial. Com ela, as empresas conseguem dar visibilidade às suas ações e geram engajamento em torno da importância do desenvolvimento sustentável. Essa é uma ferramenta capaz de transformar desafios em oportunidades ao construir narrativas que destacam as contribuições realizadas para a luta contra as mudanças climáticas.

A COP no Brasil será realmente um momento decisivo para o futuro climático global e para as empresas demonstrarem a sua capacidade de resiliência diante dos desafios geopolíticos atuais. Essa é uma oportunidade única tanto para o país liderar o

movimento mundial rumo à meta de 1,5°C de aquecimento global quanto para as companhias se posicionarem como líderes na responsabilidade ambiental de seus setores.

*Gerente de Atendimento na Imagem Corporativa



Precisamos falar de *Greenwashing*?

Por Raphael Ferrari*



Evitar o *greenwashing* – ou o colorwashing de maneira geral – não deveria sequer ser uma questão. Bastaria seguir a máxima “Walk the talk”. Melhor ainda se o walk vier antes do talk. Olhando a quantidade de ditados para que se “pratique o que se prega” ou mesmo o velho lembrete que “ações falam mais alto que palavras”, parece que inverter esta lógica não é tão simples. Apesar de tantos órgãos para captar informações (são dois olhos, dois ouvidos, o nariz, a própria pele) e só um para nos manifestarmos (a boca), a história mostra que insistimos em pôr a carroça na frente dos bois.

Não à toa, estudo da KPMG mostra que o combate ao *greenwashing* é uma das principais preocupações dos órgãos reguladores ao redor do mundo, juntamente com a criação de parâmetros para uso responsável da Inteligência Artificial.

O desafio não é só contra a má-fé que levou o ambientalista Jay Westervelt a cunhar o termo na década de 1980. Comunicadores, publicitários e

influenciadores precisam se atentar que não basta ser honesto, nem parecer honesto, é preciso comprovar a honestidade. Ser uma companhia autenticamente preocupada com a sustentabilidade é um bom primeiro passo, mas o caminho passa por certificações, relatórios, selos e creditações. Afinal, ser uma empresa amiga do meio ambiente significa o quê? Será que vale reciclar o lixo se o uso (e o desperdício) de água não são nem aferidos?

A resposta é sim. Na guerra contra as mudanças climáticas, cada gesto conta. O segredo para evitar o *colorwashing* é consciência e consistência.

Não se pode gerir aquilo que não medimos. Então, o primeiro passo é fundamentar todas as afirmações em métricas específicas e, sempre que possível, adotar certificações reconhecidas como a ISO 14001 e os padrões da Global Reporting Initiative (GRI). No mesmo sentido, metas ambiciosas são positivas, desde que não sejam irreais. Prometer reduzir o consumo de água em 70% até 2030 e não cumprir nem um terço disso

também é *greenwashing*. Não pense que a promessa vazia é um problema para a companhia ou a sociedade do futuro.

Hoje, sistemas de ERP em nuvem com apoio de inteligência artificial cada vez mais sofisticada permitem aferir, rastrear e reportar pegada de carbono, consumo de água, utilização de energia e outros indicadores ESG de maneira contínua, confiável, detalhada e sistêmica (não apenas de uma empresa, mas das cadeias de valor). A transparência com estes dados só fortalece sua imagem frente a uma sociedade que possui cada vez mais acesso à informação e na qual, ainda segundo o estudo da KPMG, 72% das pessoas querem reduzir seu impacto ambiental.

Enquanto evitar o *greenwashing* não se torna um não assunto, saber comunicar é tão importante quanto manter um compromisso genuíno com a sustentabilidade.

*Gerente de Atendimento na Imagem Corporativa



COP30 no Brasil: sua empresa está preparada para falar sobre isso com colaboradores?



Por Flavia Mangini*

A Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas, a COP30, que acontecerá em Belém, representa um marco fundamental para o Brasil e para o mundo. Este evento coloca o país no centro das discussões climáticas globais e reforça a necessidade de ações concretas em prol da sustentabilidade. Mas, além dos compromissos assumidos pelos governos, há um papel crucial que as empresas devem desempenhar: engajar seus colaboradores nessa agenda e tornar a sustentabilidade uma prioridade real dentro das organizações.

A responsabilidade corporativa frente às mudanças climáticas já não é uma escolha, mas uma necessidade. Empresas de todos os setores são afetadas pelos desafios ambientais e, mais do que nunca, precisam liderar pelo exemplo. Isso passa, essencialmente, por mobilizar seus funcionários, transformando a COP30 em uma oportunidade de aprendizado, reflexão e ação.

Todos estamos vivendo os impactos das mudanças climáticas no nosso dia a dia. Seja pelo calor extremo que temos sentido ou pelas chuvas intensas que arrasam cidades, como vimos no Rio Grande do Sul, a crise climática já é uma realidade que exige resposta urgente. Assim como já engajamos nossas equipes para grandes eventos, como a Copa do Mundo, precisamos agora canalizar esse mesmo entusiasmo e senso de coletividade para a COP30, transformando a sustentabilidade em uma causa comum.

Dicas sobre como abordar a COP30 na sua empresa

Há diversas formas de inserir a COP30 na pauta interna das empresas e estimular o envolvimento dos colaboradores. E a Imagem Corporativa pode apoiar você nesta jornada. Algumas estratégias podem incluir:

- Conscientização interna e treinamentos: promover eventos, palestras, workshops e treinamentos sobre as principais discussões da COP30, convidando especialistas e compartilhando informações relevantes.
- Rodas de conversa: criar espaços para que os colaboradores possam contribuir com ideias e reflexões sobre sustentabilidade dentro da empresa.
- Ações práticas de engajamento e voluntariado: implementar desafios sustentáveis, como redução

de emissões de carbono no ambiente de trabalho, incentivos à mobilidade sustentável e programas de reciclagem.

A COP30 é uma oportunidade única para que o Brasil e as empresas mostrem liderança no cenário internacional da sustentabilidade. Mais do que acompanhar as discussões, é essencial transformar o discurso em prática, mobilizando os colaboradores e tornando a sustentabilidade um pilar estratégico do negócio. O futuro sustentável depende do engajamento de todos – e as empresas têm o poder e a responsabilidade de liderar essa transformação.

*Diretora executiva na Imagem Corporativa



Desafios e oportunidades da Inteligência Artificial para a agenda ESG

Por Renato Rodrigues*



A integração da Inteligência Artificial (IA) na agenda ESG tem sido um divisor de águas para empresas e governos, mas seu uso exige equilíbrio entre inovação e responsabilidade. Enquanto a tecnologia acelera o cumprimento de metas sustentáveis, também apresenta riscos que demandam regulamentação rigorosa.

A IA otimiza o consumo de recursos naturais. Sistemas de IoT e algoritmos preditivos reduzem emissões de carbono em até 20% em setores como logística e energia, segundo a McKinsey. A IA melhora a previsão eólica, elevando seu valor econômico em 20%, e otimiza a aplicação de fertilizantes na agricultura. No monitoramento ambiental, sistemas inteligentes alcançam 93% de precisão na detecção de incêndios na Amazônia, analisando imagens de satélite rapidamente. A previsão climática também se beneficia, com modelos mais precisos e eficientes.

Na esfera social, a IA impulsiona avanços na saúde, educação e inclusão. Na saúde, a genômica assistida acelera a medicina de precisão, e a triagem de

mamografias aumenta a detecção de câncer em quase 18%. Assistentes virtuais otimizam a documentação clínica. Na educação, a IA personaliza o aprendizado online e oferece suporte automatizado. Ferramentas de fala para texto promovem a inclusão social – tanto que a UNESCO dedicou o Dia Internacional da Educação de 2025 ao tema da IA.

Na governança, aliada à tecnologia blockchain, a IA fortalece a detecção de fraudes, a análise de riscos e a transparência. Por isso, a OCDE lançou um framework para relatórios de IA seguros e confiáveis.

No entanto, há desafios. O consumo de eletricidade de data centers, inteligência artificial (IA) e setor de criptomoedas pode dobrar até 2026. Estes centros de dados serão impulsionadores significativos do crescimento da demanda de eletricidade em muitas regiões. O uso de água para resfriamento também é preocupante. Vieses algorítmicos podem levar à discriminação em áreas como emprego e saúde. A automação pela IA levanta questões sobre a perda de

empregos, com estimativas de deslocamento de 75 milhões de vagas até 2025.

Na governança, a privacidade de dados e a segurança cibernética são cruciais. A rápida adoção da IA aumenta as vulnerabilidades a ataques cibernéticos sofisticados. A necessidade de regulamentação ética da IA é urgente.

A IA não é neutra: seu impacto no ESG depende de como é aplicada. Se aliada a políticas claras e transparência, pode ser a alavanca para um capitalismo mais sustentável. Caso contrário, corre o risco de aprofundar crises que pretende resolver. O desafio é maximizar benefícios e mitigar impactos – um equilíbrio frágil, mas possível.

* *Estrategista de Redes Sociais da Imagem Corporativa*



Comunicação ESG ajuda executivos a debater com propriedade e articulação

Por Gisele Darbellay*



Em um cenário global cada vez mais atento às práticas sustentáveis, líderes precisam se comunicar de forma clara e transparente sobre as ações ESG de suas empresas. Uma comunicação eficiente ajuda a consolidar a imagem da empresa como socialmente responsável, atraindo investidores e parceiros que valorizam a sustentabilidade. E mais: em um momento em que se aquecem os debates sobre as flexibilizações das agendas climáticas, de descarbonização ou mesmo de diversidade e inclusão, é preciso ter repertório para manter a conversa em alto nível, distante de vieses políticos e cada vez mais próxima de bases científicas e acadêmicas.

Nunca foi sorte, sempre foi treino, diriam os amantes do esporte. É assim que precisamos compreender a Comunicação ESG – como um exercício diário de construção e reafirmação de narrativa, de como a levamos para públicos interno e externo, de como exemplos (cases) e dados (pesquisas) fortalecem o discurso.

Em ano de COP30, temos um convite às lideranças de diferentes níveis para investir em Treinamentos de Comunicação ESG, garantindo que a narrativa seja de fato ‘uma só voz’. Executivos bem treinados podem participar ativamente de discussões internacionais com propriedade, representando a empresa de maneira positiva e articulada.

- Líderes que dominam a comunicação e os princípios ESG inspiram e mobilizam equipes, gerando engajamento genuíno e promovendo uma cultura organizacional alinhada aos valores sustentáveis.
- Treinamentos garantem que os executivos entendam as regulamentações ambientais e sociais, evitando problemas legais e danos reputacionais.
- Saber se comunicar de maneira assertiva e inclusiva facilita o diálogo com comunidades, ONGs, investidores e governos, garantindo que as práticas ESG sejam compreendidas e valorizadas.

- Empresas cujos líderes dominam as práticas ESG e as comunicam bem se destacam em um mercado onde consumidores e investidores priorizam sustentabilidade.
- A habilidade de responder rapidamente e com clareza a crises ambientais ou sociais é essencial para manter a confiança de clientes, consumidores, parceiros e toda a sociedade.

- Treinamentos ajudam líderes a serem mais autênticos e humanizados, características que são especialmente valorizadas em contextos de responsabilidade social.

**Diretora de Novos Negócios e Treinamentos
na Imagem Corporativa*



walk4 GOOD

COMM & SOCIAL IMPACT

Para mais informações

contato@walk4good.net