



RPIIC
integridadeclima.org

REDE
INTEGRIDADE
CLIMA

EIXO 5

Carta compromisso pela
integridade da informação
climática na publicidade digital

Organizações parceiras



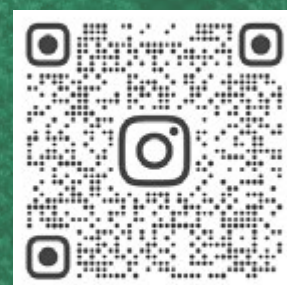
ESPAÇO DE ARTICULAÇÃO
COLETIVA DO ECOSISTEMA
PUBLICITÁRIO.

Apoio:

SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL



SIGA NO INSTAGRAM
@integridadeclima



Carta compromisso

Pela integridade da informação climática na publicidade digital

A propagação de informações falsas e distorcidas sobre a emergência climática, por ignorância ou por intenção estratégica, vem comprometendo a compreensão pública sobre os riscos reais da crise ambiental, o avanço de políticas públicas, além de obstaculizar o cumprimento das metas climáticas internacionais, pactuadas no Acordo de Paris de 2015, que busca limitar o aquecimento global e mitigar seus impactos.

Atores centrais no ecossistema informacional contemporâneo, as plataformas digitais hoje operam políticas com implicações significativas para os direitos dos consumidores e o interesse público. Apoiadas em sistemas de inteligência artificial, tais empresas têm intensificado a coleta massiva de dados com a finalidade de analisar comportamentos individuais e micro-direcionar conteúdos a seus usuários. A análise de rastros digitais sustenta a personalização automática do consumo, viabilizando anúncios persuasivos e experimentações em larga escala.

Ao antecipar e induzir desejos, tal processo gera riscos relevantes à autonomia individual e à tomada de decisões conscientes. E dele não estão ausentes anunciantes e empresas de publicidade programática, que devem atuar em conformidade com responsabilidades éticas, legais e sociais no ambiente digital.

Anunciar em ambientes digitais que propagam desinformação socio-ambiental e climática contraria princípios básicos de direitos humanos, pois a desinformação ameaça o direito coletivo à informação confiável e à participação cidadã em sociedades democráticas. Além disso, ao financiar esse tipo de conteúdo, marcas reforçam práticas que minam a segurança jurídica, corroem instituições e prejudicam comunidades diretamente impactadas pelas mudanças climáticas. Essa associação compromete a responsabilidade social corporativa e gera sérios prejuízos reputacionais.

As empresas, enquanto agentes de transformação social, precisam assegurar que seus investimentos publicitários estejam orientados à transparência, à sustentabilidade e ao respeito aos direitos humanos, que são um avanço civilizacional e exigem afirmação e proteção. Direcionar anúncios para ambientes inseguros, como os que propagam desinformação socioambiental e climática, mina a confiança do consumidor, afasta investidores, fragiliza a legitimidade da marca diante da sociedade e pode depreciar um dos seus maiores ativos: sua reputação.

Sistematicamente, porém, o ecossistema digital tem sido instrumentalizado para operações de manipulação da opinião pública e práticas de fraude financeira, incluídas aí a disseminação de campanhas de desinformação por meio de conteúdos pagos e impulsionados. Tais dinâmicas têm encontrado espaço para se consolidar em grande medida devido à falta de transparência, à ausência de regulação específica do ambiente digital e à carência de mecanismos eficazes de fiscalização e responsabilização dos atores envolvidos nesses processos.

Uma vez que a publicidade tem alcance e força de impacto únicos, não apenas influenciando as decisões de consumo, mas também contribuindo para moldar percepções, narrativas e comportamentos sociais, conter o alcance dos anúncios e conteúdos impulsionados que potencializam a negação da emergência climática e a lucratividade das plataformas que se beneficiam economicamente da desinformação constitui tarefa inadiável.

Igualmente importante é promover a circulação de informações íntegras em plataformas digitais, o que perpassa além do combate à desinformação, mas a adoção de mecanismos que promovam informações científicas e jornalísticas sobre mudanças climáticas.

Cientes dessa responsabilidade, anunciantes, empresas de publicidade programática e plataformas digitais abaixo relacionadas assumem o compromisso de adotar práticas que utilizem a publicidade digital como mecanismo de incentivo à integridade da informação sobre mudanças climáticas e de promoção da confiança pública sobre a agenda ambiental.

São estes nossos compromissos:

► ANUNCIANTES

1. Comprometer-se com a integridade da informação sobre mudanças climáticas em seus negócios, garantindo-a nos anúncios veiculados, não produzindo ou difundindo conteúdo desinformativo sobre o tema;

2. Evitar práticas de *greenwashing* e claims de sustentabilidade enganosos, fortalecendo a credibilidade publicitária ao zelar por clareza, evidências robustas, não indução ao erro e nenhuma omissão relevante nos anúncios ligados a clima;
3. Desenvolver campanhas sobre o tema da integridade da informação sobre mudanças climáticas, promovendo mensagens e conteúdos alinhados ao consenso científico sobre clima;
4. Não anunciar em páginas/sites que promovem desinformação sobre mudanças climáticas, deixando de priorizar apenas alcance e audiência e adotando listas de inclusão (em vez de exclusão) com domínios de editores e veículos reconhecidos pela credibilidade, construídas com critérios objetivos e revisadas de forma recorrente;
5. Evitar a monetização de ambientes que disseminam desinformação sobre mudanças climáticas, bloqueando sites criados unicamente para gerar receita publicitárias;
6. Estabelecer contratos diretos com parceiros de verificação de anúncios, que permitam monitorar e reduzir interações com anúncios que não partem de usuários reais ou intencionais, mas sim de tráfego fraudulento ou automatizado, fortalecendo a transparência e segurança das campanhas;
7. Cumprir todas as exigências legais e regulatórias relativas aos impactos ambientais da comunicação;
8. Apoiar iniciativas que promovem o letramento e o direito da população a acessar informações de confiança sobre mudanças climáticas, incluindo canais de interação com consumidores que permitam tirar dúvidas e fornecer informações adicionais verificadas sobre dados climáticos;
9. Apoiar iniciativas jornalísticas de cobertura íntegra sobre mudanças climáticas, investindo na qualificação de repórteres e editorias e direcionando investimentos para veículos de confiança;
10. Requisitar regularmente informações detalhadas sobre o desempenho de suas campanhas e sobre os locais em que seus anúncios foram veiculados, para auditorias completas de campanhas publicitárias e sua readequação de veiculação. Ainda, exigir das plataformas padrões de transparência que permitam a validação ponta a ponta da cadeia publicitária; e
11. Publicar relatórios periódicos sobre o impacto de medidas adotadas para fomentar a integridade da informação climática.

► EMPRESAS DE PUBLICIDADE

1. Comprometer-se com a integridade da informação sobre mudanças climáticas, garantindo que todo conteúdo publicitário produzido e intermediado não contenha desinformação sobre mudanças climáticas, respeitando consensos científicos e diretrizes regulatórias;
2. Evitar práticas de *greenwashing*, assegurando que campanhas com *claims* ambientais sejam claras, baseadas em evidências e livres de omissões relevantes, promovendo transparência e credibilidade;
3. Promover a responsabilidade criativa, apoiando campanhas que fortaleçam a integridade da informação climática, contribuindo para ampliar o conhecimento público de forma acessível, responsável e ética;
4. Orientar anunciantes sugerindo investimentos em veículos de confiança, não financiando e evitando a monetização de ambientes que disseminam desinformação, para garantir campanhas alinhadas às melhores práticas;
5. Apoiar o letramento climático e incentivar iniciativas de educação e conscientização sobre mudanças climáticas, por meio de conteúdos e formatos que ampliem o acesso a informações confiáveis;
6. Apoiar o desenvolvimento de boas práticas dentro do setor das empresas de publicidade que reforcem a integridade da publicidade climática no ambiente digital;
7. Cumprir integralmente as exigências legais e regulatórias relativas à comunicação sobre impactos ambientais;
8. Requisitar regularmente informações detalhadas sobre o desempenho de suas campanhas e sobre os locais em que seus anúncios foram veiculados, para auditorias completas de campanhas publicitárias e sua readequação de veiculação. Ainda, exigir das plataformas padrões de transparência que permitam a validação ponta a ponta da cadeia publicitária; e
9. Publicar relatórios periódicos sobre o impacto de medidas adotadas para fomentar a integridade da informação climática.

► **PLATAFORMAS DIGITAIS e SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PROGRAMÁTICA**

1. Incluir a proteção à integridade da informação em seus termos de uso e políticas da comunidade;
2. Ampliar a transparência ao mercado publicitário, assegurando que as empresas direcionem seus anúncios de forma ética e responsável, dando visibilidade aos fluxos de monetização de conteúdo e divulgando de maneira clara as políticas de publicidade;
3. Impedir a distribuição/veiculação de anúncios e de conteúdos pagos/impulsionados com teor desinformativo, bem como a monetização de conteúdos deliberadamente falsos ou que contrariem consensos científicos sobre o tema;
4. Desenvolver técnicas de *pré-bunking* com o objetivo de alertar previamente os usuários sobre possíveis conteúdos falsos ou enganosos;
5. Rotular conteúdos pagos/impulsionados sobre meio ambiente e clima, de modo a auxiliar os usuários a exercer julgamento crítico sobre o grau de confiabilidade da informação que consomem;
6. Aprimorar os sistemas de moderação e recomendação de conteúdos visando promoção da integridade da informação em suas plataformas;
7. Desenvolver estudos sobre técnicas de desinformação relacionadas a mudanças climáticas utilizadas por influenciadores digitais, de modo a coibir sua circulação;
8. Ampliar acordos com organizações de checagem de fatos para o enfrentamento à desinformação sobre mudanças climáticas em suas estruturas;
9. Adotar medidas de incentivo à circulação de conteúdos científicos e jornalísticos sobre mudanças climáticas em suas estruturas; e
10. Disponibilizar dados sobre conteúdos pagos e impulsionados para fins de pesquisa científica.

FONTES:

ABA. *Guia Global sobre Claims de Sustentabilidade em Marketing e Comunicação*. Disponível em: <https://aba.com.br/wp-content/uploads/2022/08/Guia-Global-sobre-Claims-de-Sustentabilidade-em-Marketing-e-Comunica%C3%A7%C3%A3o-impressao-ok.pdf>

ABA. *Guia ABA sobre o “Estudo de Transparência da Cadeia de Fornecimento de Mídia Programática*. Disponível em: <https://aba.com.br/wp-content/uploads/2024/10/Estudo-sobre-a-Transparencia-da-Cadeia-de-Fornecimento-de-Midia-Programatica-Final.pdf>

CRIA G20. *Integridade da informação e mudanças do clima*. [S.l.]: YouTube, 16 nov. 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=P5RI0WhyXQU>.

G20 BRASIL. *Integridade da informação é tema vital em um mundo digitalizado*. [S.l.]: G20, [2024?]. Disponível em: <https://g20.gov.br/pt.br>.

OID – OBSERVATORY ON INFORMATION AND DEMOCRACY. *Observatory on Information and Democracy*. [S.l.]: [s.n.], [202–]. Disponível em: <https://observatory.informationanddemocracy.org>.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. *Informe de política para a Nossa Agenda Comum: integridade da informação nas plataformas digitais*. Nova Iorque: ONU, 2023. Disponível em: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/integridade_da_informacao_nas_plataformas_digitais_-_informe_de_politica_2023.pdf.

UNESCO. *Salvaguardar la libertad de expresión y el acceso a la información: directrices para un enfoque de múltiples partes interesadas en el contexto de la regulación de las plataformas digitales*. Paris: UNESCO, 2023. Documento apresentado na conferência *Internet for Trust – Towards Guidelines for Regulating Digital Platforms for Information as a Public Good*, Paris, 2023. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385384>.



RPIIC

integridadeclima.org

REDE
INTEGRIDADE
CLIMA

Carta compromisso pela integridade da informação climática na publicidade digital

Apoio:

SECRETARIA DE
COMUNICAÇÃO SOCIAL

GOVERNO DO
BRASIL
DO LADO DO POVO BRASILEIRO

 UK Government


Dois séculos juntos,
construindo o futuro.