

Gostaria de esclarecer que o que me motivou a aceitar fazer parte da campanha do etanol é o fato de que quando pensamos no tempo que temos para reduzir emissões e nas opções existentes de mudança de matriz energética, não tenho dúvidas de que o etanol é a melhor opção de combustível para a frota brasileira e que não necessita de mudança estrutural de frota. Digo isso levando em consideração as pesquisas realizadas sobre o impacto de combustíveis fósseis, versus biocombustíveis e do prazo apertado de apenas 5 anos para atingir as metas 2030.

Eu mesma sou usuária do etanol, e no curto prazo não vejo alternativa melhor. O objetivo da campanha era justamente informar sobre a diferença entre as emissões de combustíveis fósseis, versus combustíveis de origem vegetal.

Vivemos em um mundo complexo, os desafios são sistêmicos e não existe nada 100% sustentável. Então quem está na comunicação socioambiental vive esse paradoxo, falar de sustentabilidade, em um mundo onde nada é 100% sustentável. Existem no entanto soluções com mais e menos impacto, em todas as áreas. E para atingir essa meta para a qual já estamos atrasados mundialmente, teremos que evoluir sistemicamente em todas as áreas, todas as indústrias e repensar nossa forma de viver. E olhar para curto, médio e longo prazo em cada segmento.