

# [ANP|WWF assinala Dia Mundial da Vida Selvagem com #MundoSemNatureza](#)

16 de Fevereiro, 2022

No Dia Mundial da Vida Selvagem (3 de março de 2022), a WWF vai unir forças com empresas, ONGs e equipas desportivas por todo o mundo, pedindo às marcas que se associem para retirar os elementos naturais existentes nos seus logotipos, num esforço ousado nas redes sociais para destacar o vazio de um mundo sem natureza.

Em Portugal, a iniciativa é promovida pela ANP|WWF, com o apoio da Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN), da Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing (APPM) e do Clube de Criativos, que irão ajudar a espalhar o desafio junto das marcas associadas.

Através da hashtag #WorldWithoutNature, a campanha criativa da ONG de ambiente destaca a dramática perda de biodiversidade global e os riscos sociais e económicos que ela representa.

No ano passado, mais de 250 marcas removeram imagens relacionadas à natureza dos seus logotipos nas redes sociais, com a WWF a liderar, ao fazer “desaparecer” o icónico panda do seu logotipo pela primeira vez em 60 anos de história. Este ano, algumas das mais populares marcas do mundo estão já envolvidas com o #WorldWithoutNature, incluindo a Hootsuite, PG Tips, Airwick e algumas equipas de futebol da Premier League inglesa. Através dos parceiros portugueses, a ANP|WWF espera agora chegar às marcas nacionais para que se unam a este esforço de visibilidade sobre o que será um mundo sem natureza.

A campanha acontece num momento em que os governos mundiais se preparam para estabelecer um novo acordo global para a natureza como parte da CBD – COP15 na China (25 de abril a 8 de maio de 2022). A WWF pede aos líderes globais que usem esta oportunidade para entregar um plano global ambicioso para combater a perda de biodiversidade e colocar a natureza no caminho da recuperação nesta década.

Segundo o último Relatório Planeta Vivo sobre o estado das espécies lançado em 2020, os tamanhos populacionais de mamíferos, pássaros, peixes, anfíbios e répteis tiveram uma queda média alarmante de 68% desde 1970. Enquanto isso, a perda catastrófica de natureza está a aumentar a nossa vulnerabilidade a pandemias, exacerbando as alterações climáticas e ameaçando meios de subsistência e a economia global.

Ângela Morgado, diretora Executiva da ANP|WWF, partilhou que “em menos de 50 anos, a atividade humana fez com que as populações de animais selvagens caíssem em média 68% – e com cada parte da natureza que extinguímos, perdemos outra importante ligação com a saúde humana e do planeta. A campanha #MundoSemNatureza é um alerta sobre o que está por vir e como seria um mundo sem natureza, para que os nossos governos e empresas se unam para reverter esta perda”.