

Clima de Mudança



**Perceções sobre os
desafios ambientais
em Portugal**

Ipsos APEME





FUNDAÇÃO
CALOUSTE GULBENKIAN

Clima de Mudança

**Perceções sobre os
desafios ambientais
em Portugal**

Índice

10	Nota de abertura
12	Introdução
14	Ideias-chave
18	O estudo
19	Metodologia
25	Os desafios ambientais em contexto
32	A perceção sobre o espaço público
43	Os Cidadãos: compreender as diferenças na sua relação com o Ambiente
59	Os jovens: motores de uma agenda climática?
66	Transição para modos de vida mais sustentáveis: o poder dos incentivos
77	Organizações Ambientais: valorizadas mas pouco conhecidas
88	A perspetiva das Organizações Ambientais e os exemplos inspiradores
99	Dos desafios de capacitação à força mobilizadora de uma rede
104	As Organizações Ambientais como catalisadoras da mudança
110	Medição de impacto: que papel para as Organizações Ambientais?
114	Conclusão
116	Bibliografia

Nota de abertura

Alterações climáticas, oceano, biodiversidade, economia circular são temas cruciais para o futuro da vida humana na Terra, criando importantes desafios ao nível de mudança de comportamentos de Cidadãos, autoridades, empresas e organizações da sociedade civil. Uma vez que, na maioria dos casos, alterações comportamentais resultam de ações impelidas por mudanças de perceção, importa avaliar quais são as perceções dominantes no que se refere a alterações climáticas e suas consequências.

Para compreender o posicionamento de Cidadãos e instituições da sociedade civil ativas em movimentos de mitigação e adaptação, a Fundação Calouste Gulbenkian promoveu um estudo das perceções da sociedade civil relativamente ao tema das alterações climáticas, cujas conclusões agora se apresentam. Este trabalho contempla ainda algumas recomendações, destacando-se o facto da necessária mudança de perceções indutora de alterações comportamentais impor esforços conjugados de Cidadãos, empresas, autoridades, com destaque para os municípios, Organizações Ambientais e comunicação social, desempenhando papéis distintos, mas complementares. Paralelamente, importa estabelecer adequados esquemas de incentivos, uma vez que as alterações climáticas não se encontram no topo das preocupações da população portuguesa e as opções mais sustentáveis são percebidas como mais caras.

As questões ambientais têm vindo a ganhar expressão na estratégia de intervenção da Fundação Calouste Gulbenkian, alinhada com a tendência crescente da filantropia a nível global. Apostar no financiamento de iniciativas que promovem a adoção de abordagens inovadoras aos desafios ambientais e à sustentabilidade tornou-se um dos pilares estratégicos para a Fundação, a par da promoção da equidade: conscientes de que a transição tem de ser justa, buscando soluções ambiental, social e economicamente eficientes, ou seja, sustentáveis.

Envolver os Cidadãos na complexa temática de mitigação e adaptação às alterações climáticas representa um desafio significativo para investigadores, decisores políticos e outros responsáveis da sociedade civil.

Por isso, sendo as perceções públicas mais do que um mero reflexo de opinião, investir na produção de conhecimento para tentar compreendê-las, com base em evidência científica, é encará-las como um ativo estratégico. Ignorar as perceções que os Cidadãos em Portugal têm sobre as questões ambientais pode comprometer o cumprimento das metas de ação climática assumidas por Portugal e a resposta aos desafios que temos pela frente. Esperamos com este estudo contribuir para aumentar esse conhecimento e favorecer o surgimento de soluções ambiental e economicamente vantajosas.

Cristina Casalinho

Administradora da Fundação Calouste Gulbenkian

Introdução

Em 2023, a Fundação Calouste Gulbenkian desafiou a Ipsos APEME a fazer um estudo sobre o envolvimento dos Cidadãos portugueses com os temas ambientais. Para além de um profundo conhecimento que tem do contexto nacional, a Ipsos APEME é uma empresa de estudos de mercado cujo alcance global, visão e experiência seriam benéficos para este projeto.

Esta investigação tem um duplo enfoque: na ação e nas atitudes dos Cidadãos perante temas relacionados com ambiente, clima e oceano; e na capacidade e abordagens que as organizações da sociedade civil que trabalham na área do ambiente em Portugal usam para envolver de forma eficaz as pessoas nestas temáticas.

Compreender, aprofundadamente, o que pensam os Cidadãos sobre os desafios climáticos e ambientais e sobre a atuação das Organizações Ambientais, facilitaria a identificação de oportunidades para o Terceiro Setor — que a Fundação Calouste Gulbenkian tradicionalmente apoia — contribuir para acelerar a transição para modos de vida mais sustentáveis para as pessoas e para o planeta.

Cruzando estas duas dimensões — a dos Cidadãos e a das organizações — pretendia-se clarificar quais as áreas de atuação e atores mais relevantes para potenciar mudanças individuais e em comunidade, que suportem uma transição sistémica na resposta aos desafios das alterações climáticas.

Num contexto de polarização crescente, em que a ação climática e a proteção da natureza estão em risco e precisam de um amplo envolvimento de toda a sociedade, a comunicação estratégica para as questões ambientais é ainda um domínio emergente na maioria dos países, que carece de fundamento científico e investigação rigorosa.

Em Portugal, mesmo que os cidadãos-consumidores tendam a manifestar uma preocupação significativa com a sustentabilidade através de alguns inquéritos já existentes, o envolvimento cívico tem sido pouco abordado e é escasso o conhecimento sobre a perceção, os valores e a segmentação do público, uma estratégia possível para desenvolver comunicações mais eficazes, adaptadas e direcionadas a subgrupos da população que partilham valores, crenças, comportamentos e preferências semelhantes.

Para a análise que a seguir se apresenta foram realizadas mais de 100 horas de entrevistas, individuais e em grupo, com Cidadãos, representantes de Organizações Ambientais e outros especialistas. Para além desta investigação qualitativa, foi feita uma investigação quantitativa com dois inquéritos em linha a nível nacional.

Ideias-chave

Desafios ambientais: consciencialização não significa ação

- ↪ A maioria dos portugueses reconhece a importância dos desafios ambientais, mas a preocupação com o ambiente não está entre as suas prioridades;
- ↪ 83% dos portugueses acredita que poderia fazer mais pelo ambiente, mas há um desfasamento entre intenção e prática;
- ↪ Para impulsionar mudanças, é essencial aproximar os benefícios da sustentabilidade das preocupações imediatas das pessoas.

O espaço público deve liderar pelo exemplo

- ↪ 65% dos inquiridos acredita que o espaço público deve liderar pelo exemplo na transição rumo à sustentabilidade ambiental;
- ↪ Apenas 20% reconhece que Portugal já implementa boas práticas sustentáveis no espaço público;
- ↪ A confiança na mudança depende da consistência, escala e impacto visível das ações implementadas.

Compreender as necessidades das pessoas: diferentes perfis exigem abordagens diferenciadas

O estudo identificou cinco segmentos distintos de Cidadãos, cada um com diferentes níveis de envolvimento e predisposição para a mudança:

- ↪ **Esforçados (27%)** — Comprometidos, mas frustrados com a falta de apoio coletivo;
- ↪ **Entusiastas (25%)** — Proativos e motivados, já adotam práticas sustentáveis;
- ↪ **Receptivos (25%)** — Interessados, mas inconsistentes nos hábitos favoráveis à proteção do ambiente;
- ↪ **Ocupados (15%)** — Envolvimento limitado devido às exigências da rotina;
- ↪ **Desinteressados (8%)** — Sem interesse ou envolvimento na causa ambiental.

Ser jovem não é garante de um ADN de sustentabilidade

- Os jovens entre 18 e 24 anos inquiridos no âmbito deste estudo demonstram menor envolvimento em temas de sustentabilidade, estando relativamente mais ansiosos com o aumento do custo de vida e o desemprego. Para além disso, estão menos ligados à comunidade e mais céticos quanto ao papel do espaço público na sustentabilidade;
- 19% dos jovens desta amostra enquadra-se no perfil dos Desinteressados — é nesta faixa etária que os Desinteressados têm mais peso;
- É fundamental reforçar a educação ambiental e criar experiências práticas que os envolvam de forma significativa.

Incentivos superam penalizações na promoção da mudança

- A percepção de que ser sustentável é financeiramente mais exigente é uma barreira significativa — 52% dos inquiridos refere que não faz mais pelo ambiente porque isso implicaria custos adicionais;
- Medidas de incentivo, como benefícios financeiros e recompensas, são mais eficazes para estimular mudanças de comportamento do que abordagens punitivas.

Aproximar as Organizações Ambientais dos Cidadãos: é preciso “sair da bolha”

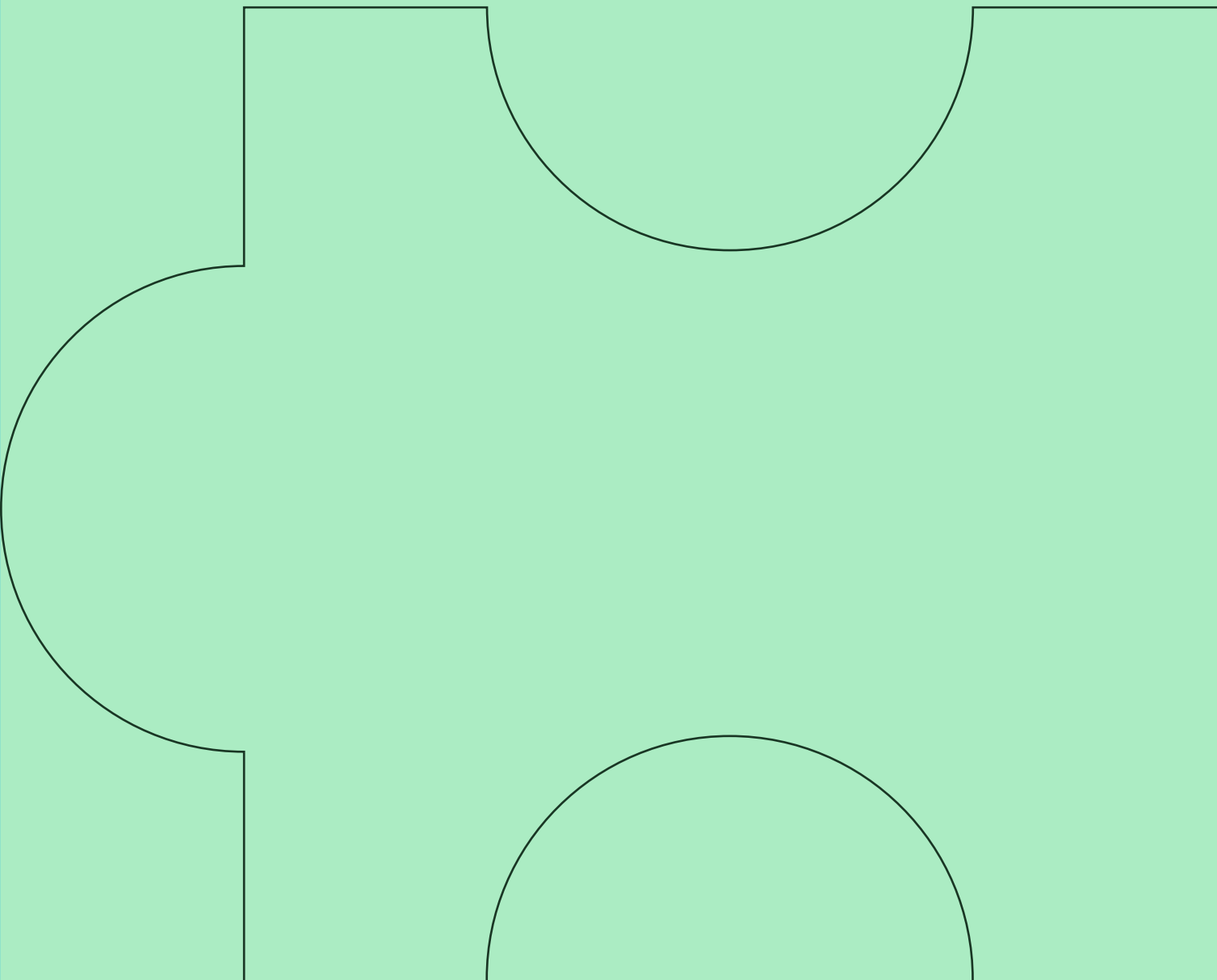
- 91% dos Cidadãos valoriza a existência das Organizações Ambientais, mas a maioria desconhece quais atuam na sua região;
- 90% das organizações acredita na importância de uma rede estruturada para fortalecer a colaboração e o seu impacto;
- É essencial reforçar a comunicação e promover maior proximidade entre estas organizações e as comunidades locais.

As Organizações Ambientais como catalisador da mudança

- ⌒ O desconhecimento sobre as Organizações Ambientais e as suas iniciativas é uma barreira à participação;
- ⌒ É necessário tornar as causas ambientais mais acessíveis e relevantes no dia-a-dia das pessoas;
- ⌒ Sugere-se a criação de “Third Places para uma cidadania sustentável”, promovendo espaços comunitários de interação e ação ambiental;
- ⌒ A colaboração contínua é essencial perante a urgência de criar realidades mais sustentáveis, consistentes e escaláveis, que comprovem transformações positivas;
- ⌒ 41% das Organizações Ambientais opera exclusivamente com trabalho voluntário. Organizações mais capacitadas, com o compromisso com a sustentabilidade no centro da sua ação e que estão próximas das pessoas e dos seus contextos, podem ser a força motriz da mudança, convocando Autarquias, Empresas, Escolas, Espaços de Cultura, Comunicação Social e os Cidadãos, para concretizar uma visão conjunta de transição para a comunidade.

O Estudo

Metodologia



Para obter uma visão detalhada sobre o envolvimento de indivíduos e organizações na temática ambiental em Portugal, o presente estudo divide-se em duas partes, correspondentes a duas dimensões fundamentais de análise:

📌 **Cidadãos**

Indivíduos sem poderes ou privilégios especiais, que representam a sociedade em geral;

📌 **Terceiro Setor na área do Ambiente**

Organizações sem fins lucrativos dedicadas a temas como proteção das florestas; oceano; biodiversidade e recursos naturais; alterações climáticas; transição energética; gestão de resíduos; economia circular; justiça ambiental e climática; entre outros. Para simplificação, serão designadas como **Organizações Ambientais** ao longo deste estudo.

Metodologia de investigação

Para compreender as duas dimensões analisadas, foram adotadas metodologias qualitativas e quantitativas distribuídas, ao longo de 2023 e 2024, da seguinte forma:

📌 **Investigação qualitativa**

25 entrevistas individuais e 12 grupos de discussão;

📌 **Investigação quantitativa**

Dois inquéritos nacionais realizados online a 1 509 Cidadãos e a 101 Organizações Ambientais.

Trabalho de campo

1.ª Fase — outubro de 2023 a janeiro de 2024

Nesta fase, foram realizadas 11 entrevistas individuais com especialistas e consultados estudos existentes, com vista a uma definição mais precisa da linha de investigação.

2.ª Fase — fevereiro a outubro de 2024

A segunda fase do trabalho de campo contemplou diversas abordagens metodológicas para garantir uma análise abrangente e representativa.

📌 Grupos de discussão online:

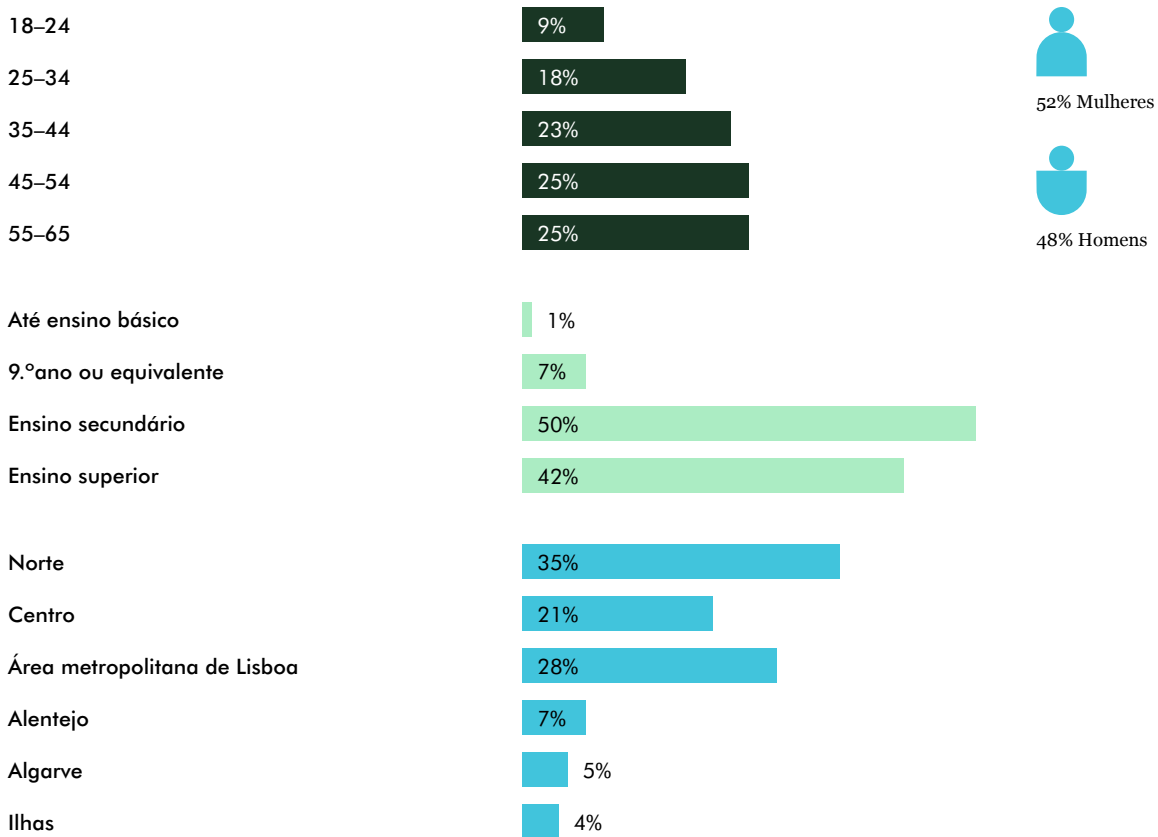
📌 8 grupos focados na dimensão dos Cidadãos, distribuídos entre as regiões Norte, Centro e Sul, com participantes de diferentes níveis de envolvimento em temas ambientais;

- ✓ 4 grupos focados na dimensão das Organizações Ambientais, abrangendo diferentes regiões do país e distintas áreas de atuação ambiental.
- ✓ Entrevistas individuais aprofundadas (online):
 - ✓ 6 entrevistas com representantes de Organizações Ambientais;
 - ✓ 8 entrevistas com Cidadãos.
- ✓ Questionários online de abrangência nacional:
 - ✓ 101 inquiridos do setor das Organizações Ambientais;
 - ✓ 1 509 Cidadãos inquiridos.

Investigação quantitativa em detalhe

Cidadãos

- ✓ **Amostra total:** 1 509 indivíduos
- ✓ **Origem da amostra:** Painel de Questionários online da Ipsos APEME
- ✓ **Critérios de seleção:** baseada em quotas cruzadas entre género, idade e região, garantindo uma representatividade da atual realidade nacional. [A amostra online tende a considerar uma maior percentagem de licenciados, pessoas a viver em áreas mais densamente povoadas e com rendimento relativamente superior à média]
- ✓ **Universo:** Indivíduos entre 18 e 65 anos, residentes em Portugal (Continente e Ilhas)
- ✓ **Período de recolha:** 7 a 28 de junho de 2024
- ✓ **Tempo médio de resposta:** 23 minutos



Organizações Ambientais

- ✓ **Amostra total:** 101 instituições
- ✓ **Origem da amostra:** Base de Dados Informa DB — Setor Social
- ✓ **CrITÉrios de seleção:** Não foram aplicadas quotas devido  impossibilidade de quantificar e caracterizar o universo total das Organizações Ambientais
- ✓ **Universo:** Organizações Ambientais ativas em Portugal (Continente e Ilhas)
- ✓ **Período de recolha:** 23 de abril a 10 de julho de 2024
- ✓ **Tempo médio de resposta:** 35 minutos



Entre as 101 Organizações Ambientais que participaram no inquérito, apenas 15% atuam exclusivamente numa única área, sendo as mais frequentes:

- ✓ Proteção da vida selvagem
- ✓ Proteção das florestas
- ✓ Proteção e desenvolvimento do território
- ✓ Proteção do oceano

As restantes Organizações trabalham com uma combinação de temas, sendo as mais comuns:

- ✓ Proteção da vida selvagem, proteção das florestas e desenvolvimento do território
- ✓ Proteção do oceano e proteção da vida selvagem

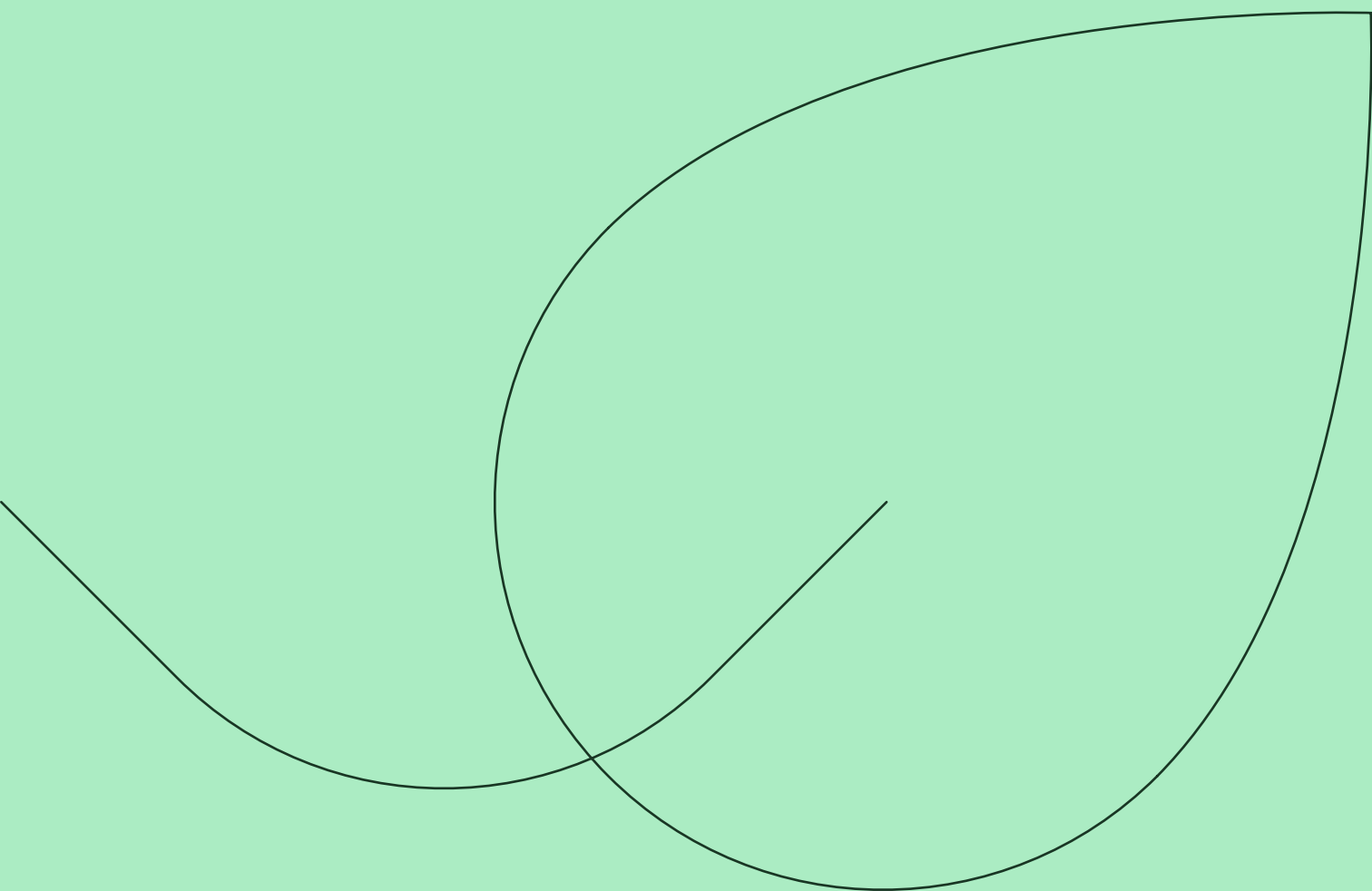
Notas sobre apresentação dos dados

Nos dados partilhados, por norma, considera-se a amostra total (1 509 indivíduos no caso dos Cidadãos e 101 organizações no caso do Terceiro Setor do Ambiente). Quando se olha a subsegmentos, o mesmo é identificado na legenda.

As percentagens apresentadas foram arredondadas a números inteiros. Nos casos em que o somatório das percentagens é 99 ou 101% tal deve-se aos arredondamentos.

As perguntas de concordância são avaliadas numa escala de 1 a 10, pelo que a % apresentada diz respeito aos inquiridos que respondeu entre 8 e 10.

Os desafios ambientais em contexto



A 11 de novembro de 2024, no início da Conferência para o Clima das Nações Unidas (COP29), a Organização Meteorológica Mundial tornava público o relatório *State of Climate Update*. De acordo com os dados recolhidos à data, o ano 2024 estava a caminho de ultrapassar 2023 como o mais quente do planeta nos últimos 175 anos. A tendência de aquecimento mantinha-se e a mensagem era clara: alerta vermelho.

À entrada de 2025, a previsão confirmou-se: 2024 bateu o recorde.

O presente estudo torna evidente que os portugueses dão importância aos desafios ambientais. Sete em cada dez inquiridos nesta investigação (71%) concordam que se as pessoas “não agirem agora para combater as alterações climáticas, estarão a falhar para com as gerações futuras”.

Esta preocupação é reforçada pelos eventos climáticos extremos a que temos assistido: já não se trata de uma realidade distante e os impactos são visíveis. Destacam-se as conversas na região algarvia, onde a preocupação dos Cidadãos com a escassez de água é dominante.

A mesma percentagem de inquiridos (71%) considera que os custos económicos do impacto das alterações climáticas serão maiores que os custos das medidas para combatê-las.

Apesar disso, que grau de preocupação têm os portugueses com as alterações climáticas?

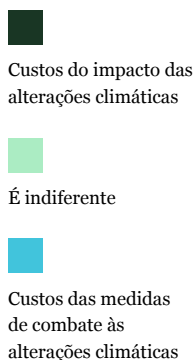
A investigação torna evidente que os portugueses consideram que existem desafios mais urgentes ou prioritários que a crise climática. Falamos, por um lado, de preocupações relativas à satisfação das suas necessidades básicas, como o acesso a cuidados de saúde, a pobreza e desigualdade, os impostos ou a inflação. E, por outro, de preocupações que resultam de sentimentos de incerteza ou falta de confiança, como a corrupção política e financeira, o controlo migratório, o crime ou a violência.

Só depois surgem as alterações climáticas: são identificadas por apenas 16% dos inquiridos como um dos três temas mais preocupantes em Portugal.

Os desafios ambientais vistos pelos Cidadãos

71%

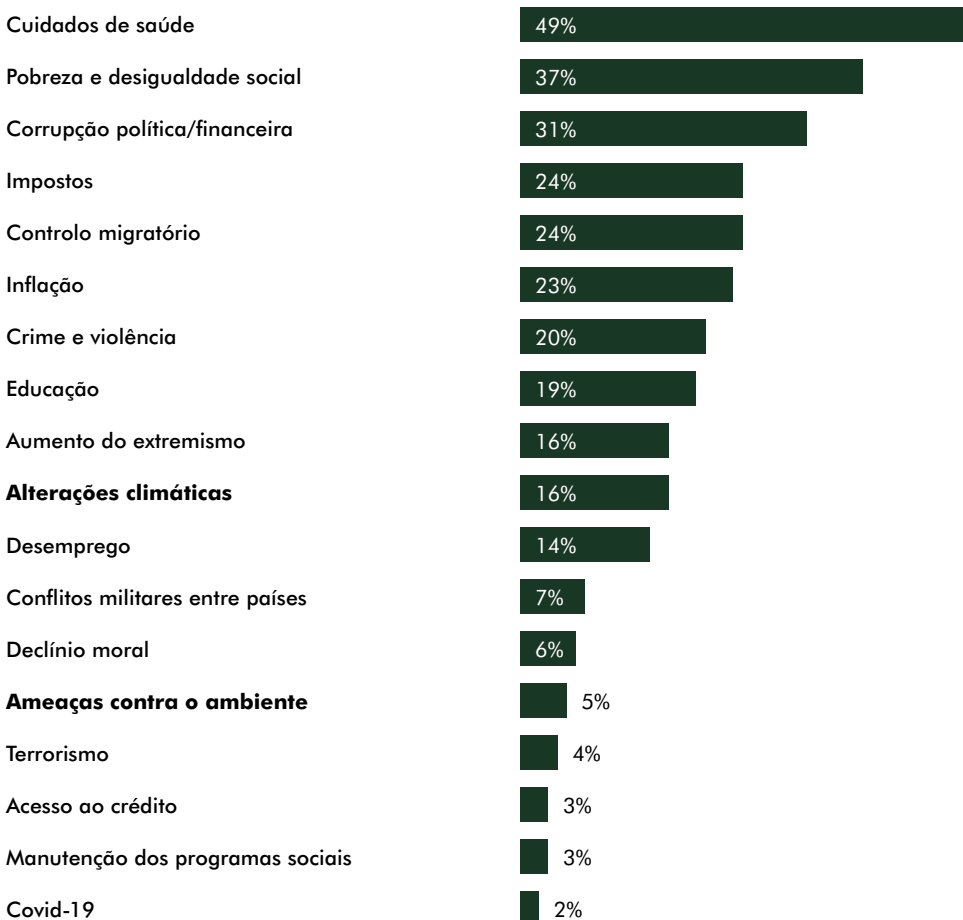
concorda que “se não agirmos agora para combater as alterações climáticas, estaremos a falhar para com as gerações futuras”



Que custos vão pesar mais?



Quais os temas que considera mais preocupantes em Portugal?



E na Europa?

Estes resultados a nível nacional não são desajustados da evolução ocorrida no contexto europeu.

A mesma pergunta é feita periodicamente, há mais de dez anos, pela Ipsos Global, em 29 países pelo mundo inteiro, dos quais dez são países europeus¹. E a preocupação com a subida do custo de vida foi a que mais escalou nos últimos anos: subiu da 6.^a posição, em 2019, para a preocupação mais referida (32%) no inquérito realizado em novembro de 2024. Este identificou a inflação, o crime e violência, a pobreza e desigualdade social, o desemprego e a corrupção política e financeira como os cinco temas atualmente mais preocupantes a nível global.

As alterações climáticas, referidas por 17% dos inquiridos, ocupam o 9.^o lugar. Mas veja-se o caso dos espanhóis: no rescaldo das cheias em Valência, a preocupação com este tema subiu para 26%, mais 9 pontos percentuais (pp) face a julho de 2024.

Estes resultados alinham com uma maioria (63% dos inquiridos) a descrever a situação económica atual do seu país como ‘má’.

Ao aprofundar o retrato das preocupações da população portuguesa, o inquérito do Instituto Nacional de Estatística (INE) às *Condições de Vida e Rendimento em Portugal*² reforça o problema orçamental das famílias. Mais de 2 milhões de pessoas encontram-se em risco de pobreza ou exclusão social, segundo os dados divulgados em 2024. No contexto da privação material e social, mais de um terço das pessoas vivia em agregados sem capacidade financeira para pagar uma semana de férias durante o ano, fora de casa. E, dentro de casa, Portugal destaca-se na Europa em termos de pobreza energética: de acordo com os dados mais recentes, um terço dos portugueses declarou que a sua casa não ficava suficientemente quente no inverno³.

Apesar de ligeiras melhorias relativamente ao ano anterior, Portugal está acima da média europeia na taxa de risco de pobreza. Não surpreende, por isso, que cerca de metade dos inquiridos refiram que os seus rendimentos estão abaixo ou bastante abaixo das necessidades do seu agregado familiar.

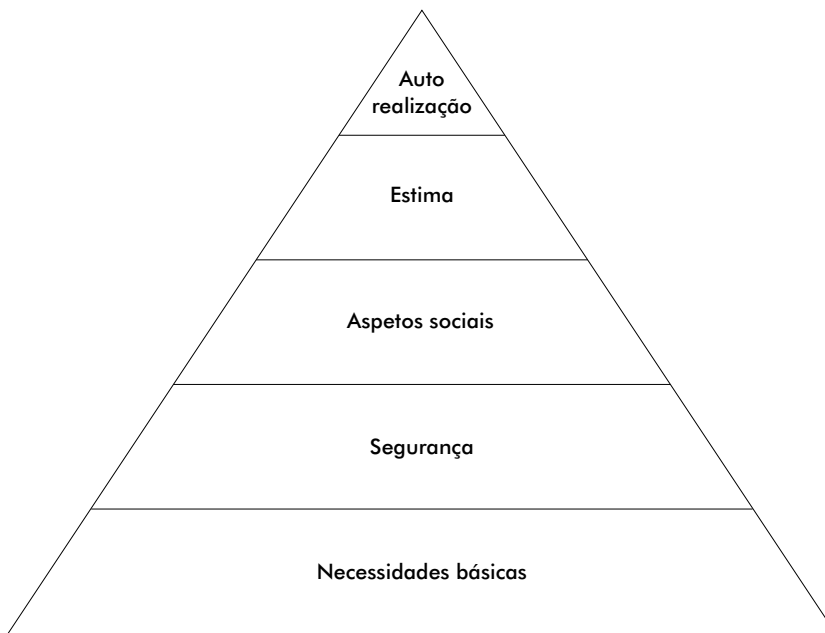
1 Estudo *What worries the world*, Ipsos Global Advisor. Vaga de Novembro 2024; Amostra representativa de 23.320 adultos, entre os 16 e 74 anos, dos 29 países participantes. Países participantes da Europa: Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Hungria, Itália, Países Baixos, Polónia, Reino Unido e Suécia. A média global resulta do resultado de todas as respostas, não tendo sido ajustada à dimensão populacional de cada país.

2 Inquérito às Condições de Vida e Rendimento das Famílias (ICOR; EU-SILC), INE. Dados de 2024 sobre rendimentos de 2023. Amostra representativa a partir de uma base de amostragem de alojamentos familiares. Para 2024 o inquérito dirigiu-se a 19 815 famílias, das quais 15 777 com resposta completa (recolha de dados sobre 37 524 pessoas).

3 Eurostat (2023). Portugal é o país com maior percentagem (38%) no contexto da EU (média de 18%).

O peso das necessidades básicas

“Preocupam-me as questões financeiras — acho que é o cerne da nossa existência. Precisamos de dinheiro para pagar as contas, para ter uma vida que não seja sôfrega.”



Pirâmide de Maslow, 1943

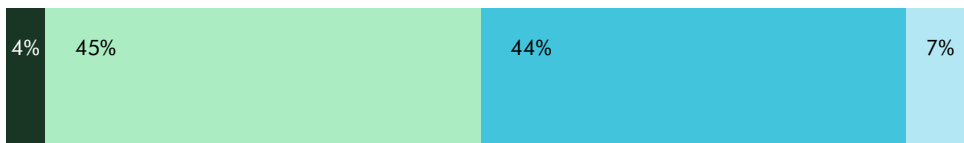
■ Está acima das necessidades

■ É adequado

■ Está abaixo

■ Está bastante abaixo

Em relação às necessidades do agregado familiar, onde se posiciona o seu rendimento?



56%

concorda que “o combate às alterações climáticas tem de garantir uma atenção e apoio reforçados aos mais desfavorecidos”

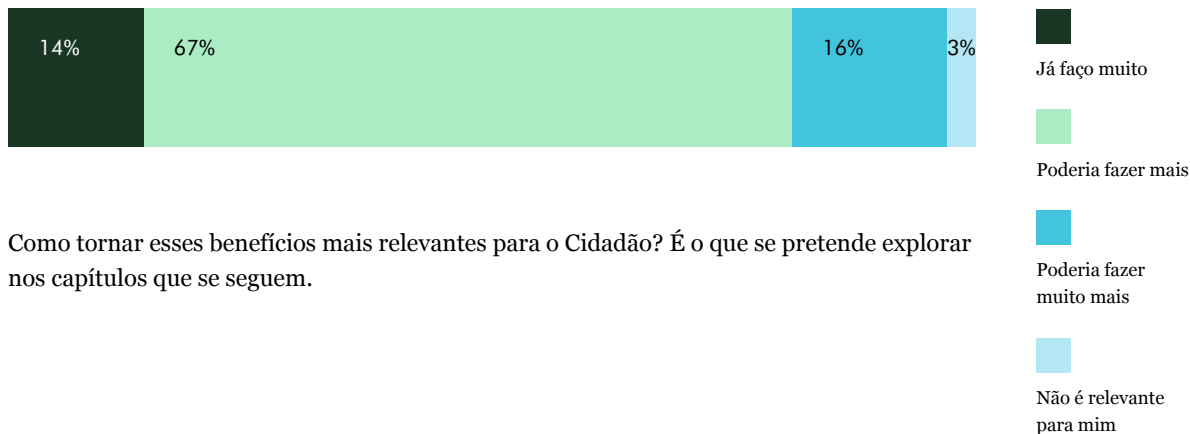
Espelho desses resultados, as questões financeiras foram recorrentes nas conversas de grupo ou em entrevista individual, independentemente da geografia ou da idade, sendo frequentemente exteriorizada a ansiedade em relação não só ao futuro próximo dos seus filhos mas também em assegurar necessidades básicas. E, na base da pirâmide de Maslow, as preocupações ambientais não tomam lugar.

As Organizações Ambientais reconhecem este problema. À pergunta sobre os temas mais preocupantes em Portugal, estas organizações colocam, naturalmente, as alterações climáticas e as ameaças ao ambiente no topo das suas preocupações. Mas a pobreza e a desigualdade social surgem logo em seguida, ocupando o terceiro lugar.

Com esta discrepância entre o que é considerado importante e o que é visto como menos prioritário, a grande maioria dos Cidadãos inquiridos nesta investigação (83%) reconhece que poderia fazer mais — ou mesmo muito mais — para a preservação do ambiente. Conscientes desta possibilidade, destaca-se a relevância de abordar as questões ambientais como algo que, acima de tudo, traz benefícios diretos para o indivíduo, respondendo às suas preocupações diárias mais urgentes.

A consciência de que há espaço para melhoria

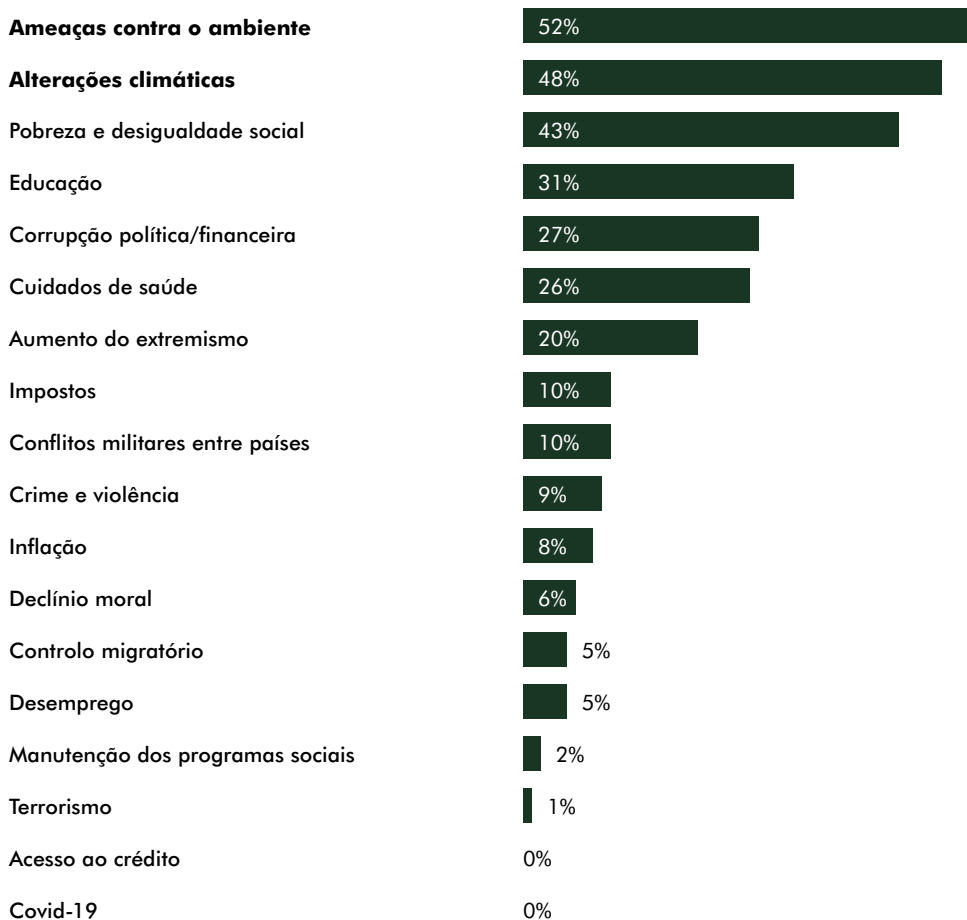
Relativamente a rotinas mais sustentáveis para o ambiente, como se posiciona?



Como tornar esses benefícios mais relevantes para o Cidadão? É o que se pretende explorar nos capítulos que se seguem.

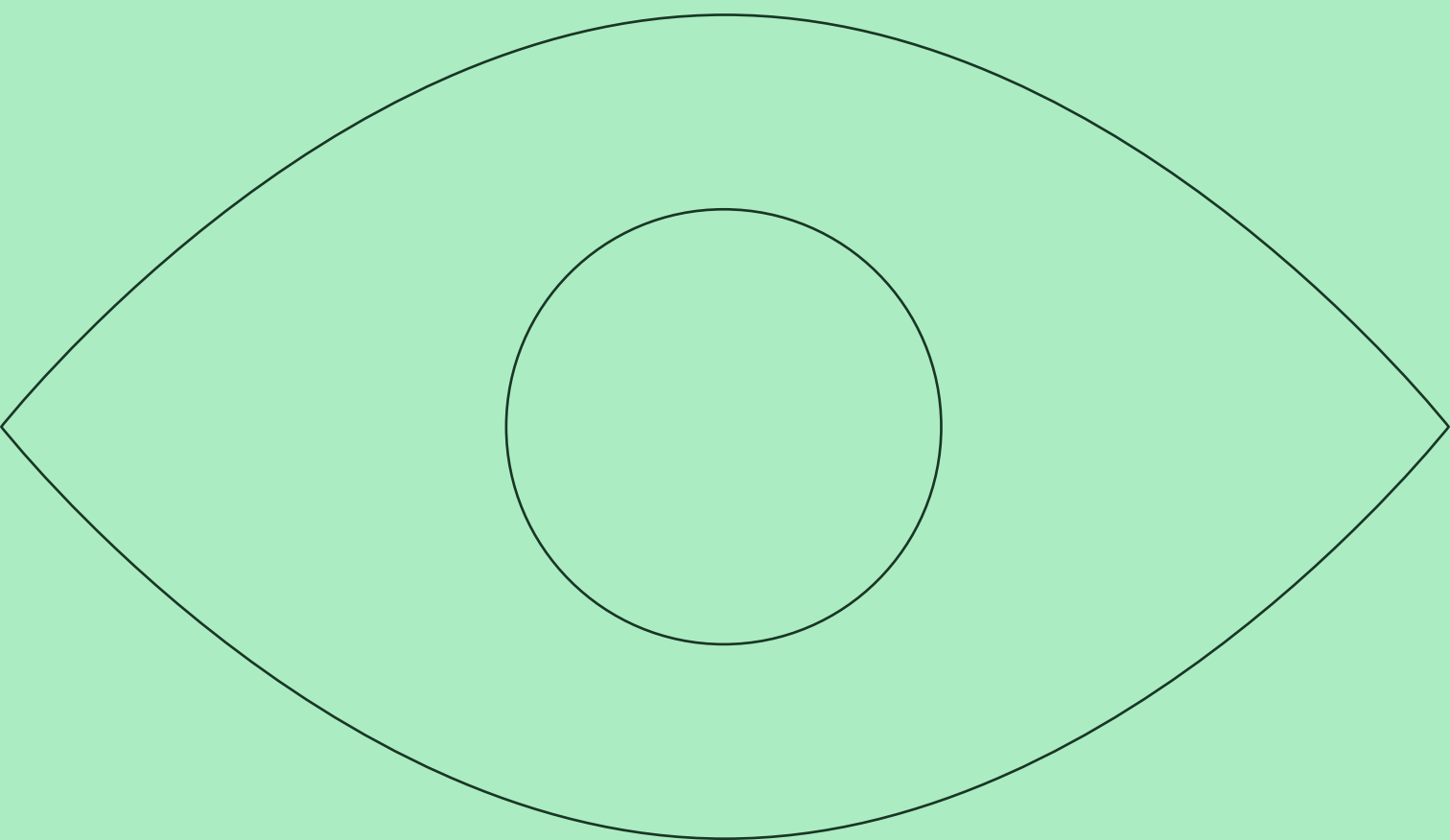
A perspetiva das Organizações Ambientais

Que temas considera mais preocupantes em Portugal?



“Quase toda a gente está em modo sobrevivência e, em modo sobrevivência, tornamo-nos egoístas. O clima, muito em particular, é uma questão altruísta, ou seja, é uma questão de comunidade — de mim para os outros.”

A percepção sobre o espaço público



Ao aprofundar, junto dos portugueses, as suas preocupações ambientais, vemos os eventos climáticos extremos e a escassez de recursos a liderar a lista dos dez problemas ambientais mais preocupantes, seguindo-se-lhes as alterações climáticas e a acumulação de lixo.

A nível mundial, importa analisar a evolução da preocupação com eventos climáticos extremos. No *Observatório internacional sobre clima e opinião pública*⁴, da Ipsos Global, é visível o aumento da preocupação com este tema. Em 2019, o topo das preocupações era ocupado pela acumulação de lixo, a poluição do ar e as alterações climáticas. Os eventos climáticos extremos ocupavam o 5.º lugar, sendo referidos por 36% dos inquiridos. No entanto, em 2022 os eventos climáticos extremos surgem como a segunda preocupação mais referida (43%), atrás das alterações climáticas, podendo concluir-se que houve um acentuado aumento da atenção e preocupação em relação ao clima.

Em linha com este retrato internacional, também em Portugal são os eventos climáticos extremos que encabeçam a lista de preocupações (54%). E, se a crescente exposição a episódios climáticos, como a escassez de água, justifica aquela que é a maior preocupação dos portugueses, no fim da lista encontram-se fenómenos menos observáveis nas experiências quotidianas das pessoas, como a poluição dos solos (fertilizantes e pesticidas) e a perda de biodiversidade.

Quando questionados sobre que ações podem ter mais impacto no combate às alterações climáticas, metade dos portugueses inquiridos selecionou a opção “fazer a separação de lixo e reciclar”. Só depois surgem as mudanças que, à luz do conhecimento atual, são mais relevantes e, por isso, urgentes, como a transição energética ou a mudança de hábitos na mobilidade, nomeadamente um maior uso de transportes públicos.

Embora a reciclagem seja praticada em Portugal há várias décadas, esta investigação revela que a separação do lixo ainda é vista como um desafio, e não como um hábito amplamente enraizado no dia a dia. Cerca de três em cada dez inquiridos ainda não adotaram uma rotina consistente de separação de resíduos. O progresso parece lento, com dúvidas persistentes e um acesso limitado aos ecopontos, o que continua a ser um obstáculo para muitos.

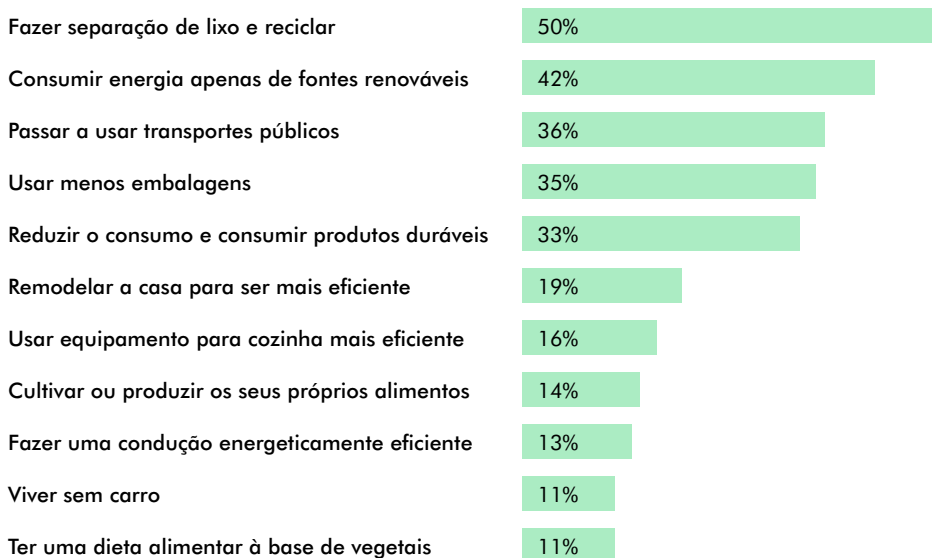
De facto, o foco recai mais sobre o esforço individual do que sobre uma transformação coletiva e sistémica da sociedade. Ainda não se verifica uma cultura consolidada de proteção ambiental e respeito pelo espaço comum, ao contrário do que acontece em países como a Suíça, os países nórdicos ou o Japão, onde essa consciência já está profundamente enraizada.

4 Considera 30 países, dos 5 continentes, representativos de 2/3 da população mundial. Países da Europa incluídos: Alemanha, Bélgica, Espanha, França, Itália, Noruega, Polónia, Suécia e Reino Unido. Amostra representativa, maiores de 18 anos, de 500 a 1 000 indivíduos, dependendo do país.

Entre estes problemas ambientais, quais considera serem mais preocupantes em Portugal?



Entre os seguintes comportamentos individuais, quais são os que têm mais impacto no combate às alterações climáticas, na sua opinião?



Rotinas mais sustentáveis: uma transição progressiva

LIXO

Separa e deposita no respetivo ecoponto sempre ou quase sempre

72%

21% faz de vez em quando

MOBILIDADE

Evita usar o carro sempre ou quase sempre

31%

48% faz de vez em quando

ALIMENTAÇÃO

Limita o consumo de carne sempre ou quase sempre

20%

46% faz de vez em quando

CIRCULARIDADE

Compra em segunda mão em vez de comprar novo sempre ou quase sempre

13%

49% faz de vez em quando

Perceção dos Cidadãos sobre evolução

COMO INDIVÍDUO

38%

dos inquiridos concorda que “evoluiu bastante na compreensão e adoção de rotinas mais sustentáveis”

COMO SOCIEDADE

21%

dos inquiridos concorda que “evoluímos bastante como sociedade, na compreensão e adoção de rotinas mais sustentáveis”

Os bons exemplos de outras geografias

Lembro-me de uma situação com o meu amigo [a viver em Estocolmo]. Têm uma casa numa ilha sem carros, tem de se andar a pé ou de bicicleta. Quando tirámos o lixo para o colocar no contentor, o contentor não tinha saco. Porque o saco é deixado na patilha e a primeira pessoa a ir colocar o lixo é que põe o saco, um saco gigante que depois é levado no barco. Achei muito curioso que cada um sabe que tem que ser um dos residentes a colocar o saco no contentor. São exemplos de civismo, de saber conviver em sociedade e de perceber que todos temos de ter um papel ativo.

Cidadão em conversa de grupo

Entendo que é uma questão cultural e a cultura provém da escola. Por exemplo, no Japão são os miúdos que fazem a limpeza das próprias salas e dos corredores. É uma questão que é incutida desde cedo.

Cidadão em conversa de grupo

Vivi cinco anos na Suíça e é completamente diferente. Não há poluição, ou seja, as pessoas não podem deitar lixo na rua e os lixos são recolhidos a horas certas. Não podemos deitar lixo fora da hora. Ou podes, mas depois és multado. E eles cumprem as regras, não tem nada a ver com o que temos aqui em Portugal.

Cidadão em conversa de grupo

A constatação de uma fraca cultura ambiental ganha suporte no pouco reconhecimento do espaço público como exemplo de boas práticas, nomeadamente em relação à gestão do lixo nas ruas. Uma maioria (65%) concorda que “o espaço público deve liderar pelo exemplo na adoção de práticas mais sustentáveis”. Contudo, apenas um em cada cinco Cidadãos reconhece que em Portugal esse é o caso.

Perceção dos Cidadãos sobre espaço público

AMBIÇÃO

65%

dos inquiridos concorda que “o espaço público deve liderar pelo exemplo na adoção de práticas mais sustentáveis”

REALIDADE

21%

dos inquiridos concorda que “o espaço público em Portugal é um bom exemplo das práticas mais sustentáveis que se procuram introduzir na sociedade”

No contexto deste estudo, **espaço público** refere-se a locais de uso coletivo que podem influenciar comportamentos ambientais e servir como referência para práticas sustentáveis. Isso inclui:

- ✓ Infraestruturas urbanas (ruas, praças, parques, jardins, zonas ribeirinhas);
- ✓ Transportes públicos e mobilidade urbana (autocarro, metro, ciclovias);
- ✓ Edifícios e equipamentos públicos (escolas, bibliotecas, centros culturais);
- ✓ Gestão de resíduos e reciclagem (ecopontos, sistemas de recolha de lixo).

O estudo aponta para o papel fundamental do espaço público na transição ambiental, pois a sua organização e manutenção afetam a perceção e o comportamento dos Cidadãos. No entanto, apenas 20% dos inquiridos considera que o espaço público em Portugal já reflete boas práticas ambientais, o que evidencia uma oportunidade de melhoria.

Nas conversas de grupo, foram mencionadas políticas pouco claras ou exemplos visíveis de práticas pouco sustentáveis no espaço público, perceções que prejudicam a confiança dos Cidadãos nas autoridades e que demonstram que uma realidade ambientalmente sustentável não se alcança apenas por decreto.

Inconsistências nas políticas e gestão pública

Falo por experiência própria, pois já fui levar lixo ao aterro e vai tudo para lá. Vai tudo porque ainda há muita gente que não faz seleção do lixo. [...] Parece quase uma plantação de plástico.

Cidadão em conversa de grupo

Se as políticas ambientais fossem pensadas a longo prazo, penso que a gravidade da situação da água do Algarve poderia não se estar a passar. Temos o caso, por exemplo, de Espanha, que há anos fez os famosos transvazes. Nós vamos fazer agora uma central de dessalinização, não sabemos para quantas pessoas vai dar e estamos a pensar a muito curto prazo. O caso da fonte ter água a correr... no caso de Faro é bom, pois ajuda a baixar a temperatura. Mas faz-se exatamente o contrário! Fecham-se as fontes de água para evitar a falta de água quando a verdadeira perda de água está na rede, na estrutura debaixo da cidade, que tem dezenas de anos.

Cidadão em conversa de grupo

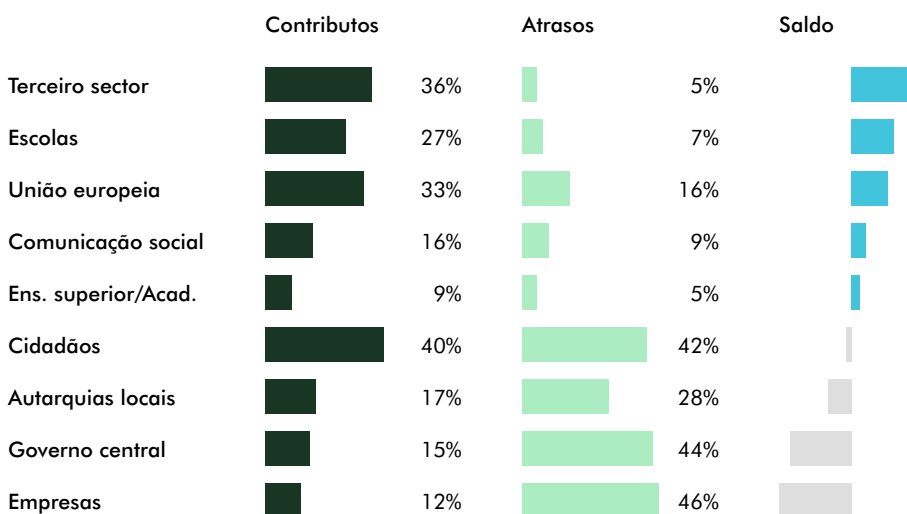
As limpezas de matas são uma piada...Na minha perspetiva, vai só onerar as pessoas, que nem têm condições físicas, pois algumas já têm idade avançada, nem têm capital para fazer a limpeza do seu quintal. Mas o Estado nem limpa nem paga.

Cidadão em conversa de grupo

Ao avaliarem diferentes entidades não só do ponto de vista da sua proatividade mas também do ponto de vista da sua inércia na resposta aos desafios ambientais, os portugueses inquiridos penalizam relativamente mais as Empresas e o Governo Central. Seguem-se as Autarquias, ainda com saldo negativo. Já a União Europeia tem um saldo positivo, que se pode traduzir num reconhecimento da estratégia de transição ao nível europeu, embora não se perceciona a aplicação dessa estratégia ao nível do país. Tal resultado reforça a perspectiva de que o que é feito no espaço público não representa a força motriz esperada ou desejada, capaz de influenciar comportamentos e de mobilizar os Cidadãos para agirem.

Motores de mudança

No contexto de Portugal, quem considera que está a contribuir mais para a tomada de medidas e/ou mudança de comportamentos a favor do Ambiente? E onde há maiores atrasos?

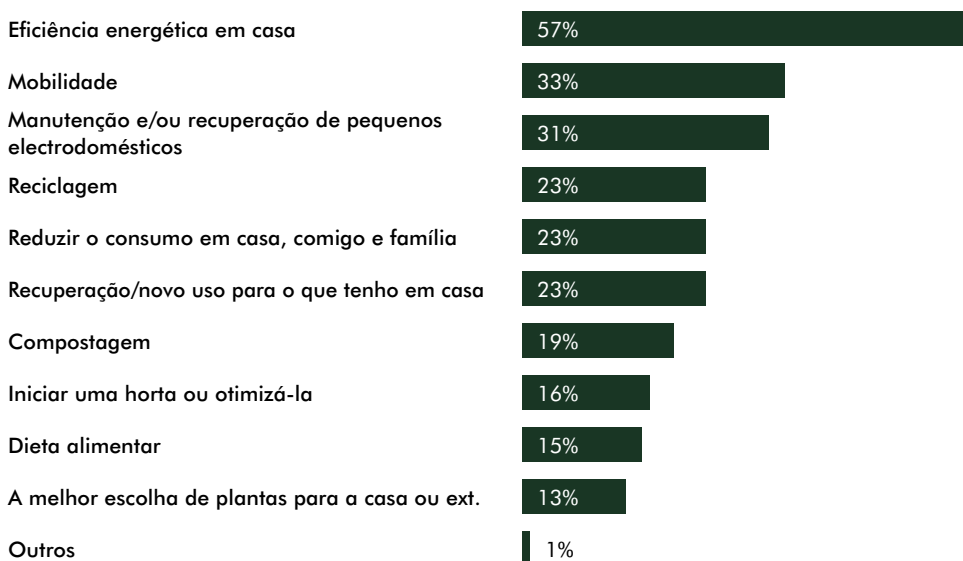


O que falta?

Os testemunhos recolhidos nas conversas com os Cidadãos demonstram que o desafio de transitar para modos de vida mais sustentáveis é um processo gradual, que se introduz nas rotinas e que deve ser alargado a diferentes arenas do quotidiano, exigindo aprendizagem. Questionados sobre as áreas em que se sentem menos esclarecidos relativamente a ações mais sustentáveis, mais de metade dos inquiridos refere a eficiência energética. Importa, por isso, capacitá-los para esta transição.

Onde há mais desconhecimento

Em que áreas sente mais necessidade de encontrar informação e apoio?



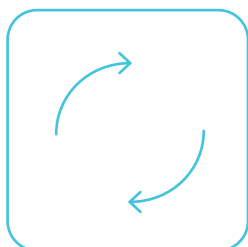
Para alguns, essa evolução é um compromisso assumido com propósito, para muitos, é um caminho que precisa de orientação. Revela-se, por isso, crucial empoderar as pessoas de forma continuada, sendo nessa consistência que se fortalece a confiança e se enraíza uma nova cultura social de consciência e respeito pelo ambiente.

John R. Ehrenfeld, no seu livro *Flourishing, a frank conversation about sustainability*, refere que não se consegue transitar para uma nova realidade sem se mudar a envolvência que perpetua a realidade anterior. Nesta investigação, identificamos quatro fatores essenciais que, na perspetiva do Cidadão, alicerçam a transição para essas novas realidades:

O desafio de criar uma 'nova realidade'

Consistência

Para que as alternativas sustentáveis sejam adotadas de forma duradoura, é essencial que sejam não apenas relevantes para a vida das pessoas, mas também proporcionem uma experiência positiva, de forma contínua. Uma experiência gratificante incentiva a repetição, que consolida novos hábitos. Pelo contrário, se a experiência for repetidamente negativa, a adoção só ocorrerá na ausência de qualquer outra opção viável.

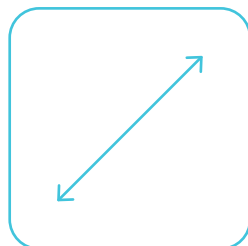


A experiência é positiva?
Conseguo repeti-la e torná-la
uma rotina positiva para mim?

É BOM
PARA MIM

Escala

Para que os comportamentos sustentáveis deixem de ser eventuais e se tornem predominantes, é fundamental que a sua consistência seja garantida em larga escala, integrando-se naturalmente no dia a dia das pessoas. Dessa forma, essas práticas passam de escolhas pontuais a uma nova realidade incorporada na rotina de cada um.

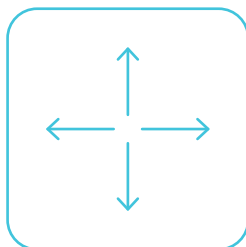


Posso praticar essa rotina,
nas mesmas condições,
noutros espaços ou locais?

CONSIGO
FAZER

Impacto

Quando uma nova prática sustentável se traduz numa experiência gratificante, a possibilidade de verificar os seus efeitos concretos reforça a motivação para a mudança. Ao perceber os benefícios individuais, torna-se mais fácil compreender o impacto coletivo, fortalecendo a convicção sobre a força da transformação conjunta e a relevância para toda a comunidade.

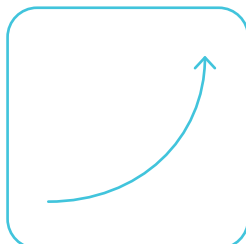


Consigo medir?
É visível a mudança?

NOTO A
MUDANÇA

Evolução

Assim como uma cultura que se desenvolve ao longo do tempo, a satisfação gerada por uma nova rotina sustentável estimula naturalmente a adoção de comportamentos complementares. O ambiente envolvente desempenha um papel crucial nesse processo, fomentando uma atitude proativa. Esse empoderamento crescente traduz-se na confiança para ir além: “Eu posso, consigo e quero fazer mais”.



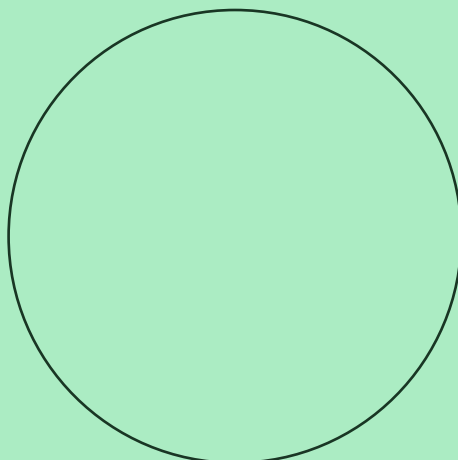
É cada vez mais fácil? O que posso fazer mais? O que devo fazer menos?

POSSO E
QUERO MAIS

Considerando este fluxo da “nova realidade”, e tomando como exemplo a separação e reciclagem do lixo, os Cidadãos enfrentam desafios principalmente no que diz respeito à **consistência**. O relato de caixotes constantemente cheios e a mistura de diferentes tipos de resíduos durante a recolha ilustram experiências negativas que dificultam a consolidação desse hábito. No que toca à **escala**, as falhas são evidentes em diversas regiões — “onde faço férias” ou “onde moram os meus avós ainda não há ecopontos” — mas também em espaços públicos essenciais, como escolas, onde a ausência de caixotes diferenciados compromete a adoção da reciclagem por alunos e professores.

Estas experiências e cenários contrastantes não apenas fragilizam a validação do **impacto** das práticas sustentáveis, mas também desmotivam a **evolução** para comportamentos mais responsáveis. Dados da Agência Portuguesa do Ambiente (APA) revelam essa realidade: em 2023, apenas 32% dos Resíduos Urbanos (RU) eram recicláveis, ainda longe da meta de 55% estabelecida para 2025. Além disso, 57% dos RU ainda eram depositados em aterro, um número significativamente acima do objetivo de 10% definido para 2035.

Os Cidadãos: compreender as diferenças na sua relação com o Ambiente



Sendo evidente que as alterações climáticas são um problema relevante e que a grande maioria dos Cidadãos assume que ainda poderia fazer mais pelo ambiente, importa compreender este diferencial entre consciencialização e ação, e desenhar estratégias para o reduzir. Essa análise exige ir mais fundo no entendimento da relação dos portugueses com os desafios de sustentabilidade ambiental.

Para isso, realizou-se uma análise de *clusters* para identificar grupos homogéneos, maximizando a similaridade dentro de cada grupo e as diferenças entre grupos. Considerou-se um conjunto alargado de perguntas com o intuito de cruzar atitudes e comportamentos individuais, assim como perceções em relação ao esforço de mudança individual e da sociedade como um todo.

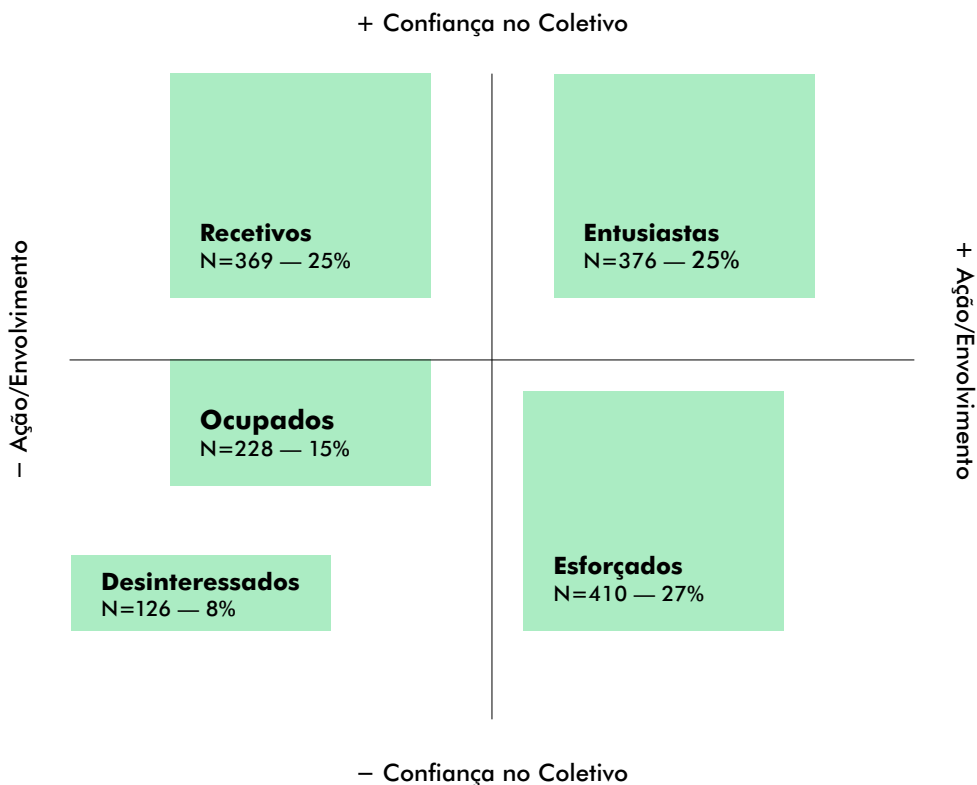
Para este exercício de segmentação, foram incluídas no inquérito 18 perguntas que avaliaram:

- ✓ Perceções sobre os desafios ambientais (em relação ao próprio e à comunidade);
- ✓ Grau de importância e responsabilidade atribuído à sustentabilidade;
- ✓ Comportamentos ambientais adotados e desejados.

Identificaram-se, assim, cinco segmentos que poderão ser relevantes para a construção de narrativas sobre temas ambientais: Esforçados (27% da população inquirida); Recetivos (25%); Entusiastas (25%); Ocupados (15%); e Desinteressados (8%).

Compreender as diferenças na relação com o ambiente

Questionário Cidadãos | Análise de *clusters*



Se os Entusiastas se revelam permeáveis e motivados a integrar rotinas mais sustentáveis, para os Desinteressados o Ambiente não é ponto de partida para a sua atenção ou ação. Os Esforçados, os Recetivos e os Ocupados são três perfis distintos que convocam estratégias diferenciadas de interação.

Esforçados **— 27% da população inquirida**

Estando comprometidos com o esforço de mudança e preocupados com a necessária educação, os Cidadãos Esforçados não reconhecem esse compromisso na sociedade como um todo, nem ao nível dos setores público ou privado. Sentem uma certa frustração perante uma resposta que tarda, pelo que são os que mais valorizam as organizações e a participação cívica. São, sobretudo, mulheres, sendo também neste grupo que se verificam mais situações de rendimento abaixo das necessidades familiares. Pelo seu compromisso para com a causa é oportuno reconhecê-los e incentivá-los.

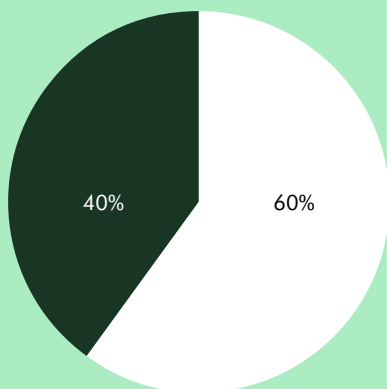
Corresponsabilização

Preocupa-me sobretudo [a perspetiva de] que as pessoas é que têm de mudar. Têm de exigir novas formas de viver e têm de adotá-las. E acho que estamos um pouco sozinhos... há muito pouca gente a fazer o que realmente é preciso. As pessoas às vezes pensam que nem vale a pena, porque vai ser uma complicação e o sistema não vai funcionar, porque não está feito para que as pessoas mudem. Precisamos de uma onda verde e ainda não estamos lá.

A importância da Educação

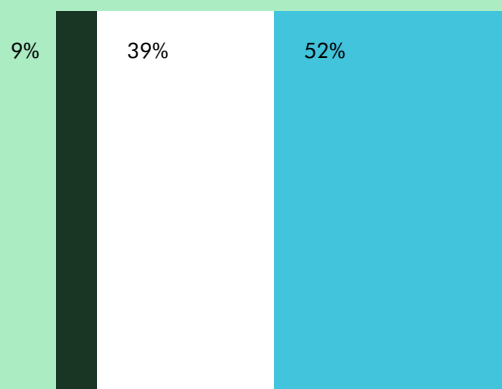
Cresei com a vontade de ensinar do meu pai, que é tipógrafo. E fomos começando a dar workshops em que ensinamos a reciclar e eu, como estudo Engenharia do Ambiente, fiquei mais interessado pelo tema. Consigo explicar esta coisa dos R's [Reduzir, Reutilizar e Reciclar] e então conciliamos o melhor dos dois mundos: ensinamos sobre sustentabilidade, mas também envolvemos as pessoas com arte.

Distribuição por género



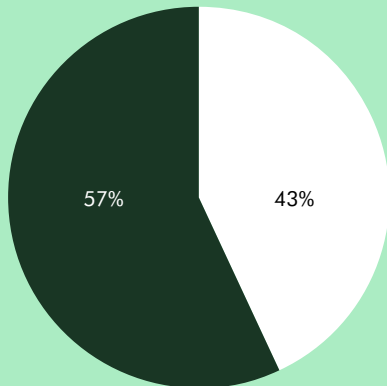
■ Masculino ■ Feminino

Distribuição por faixa etária



■ 18-24 ■ 25-44 ■ 45-65

Rendimento familiar vs necessidades



■ Abaixo/Bastante Abaixo ■ Acima/Adequado

50%

Licenciados

Entusiastas — 25% da população inquirida

Mais envolvidos e confiantes na força do coletivo, os Cidadãos Entusiastas estão conscientes dos atrasos e imperfeições, mas tendem a ver o “copo meio cheio” e a reconhecer os esforços que já se fazem. São mais otimistas do que a média da população e acreditam que aderir a novas práticas mais sustentáveis é uma aprendizagem benéfica também para eles. Relativamente mais confortáveis em termos de orçamento, são também relativamente mais velhos e cientes de que há que contribuir para um futuro melhor para as gerações que se seguem. São, por isso, tendencialmente mais abertos à experimentação, se lhes forem apresentadas opções acessíveis.

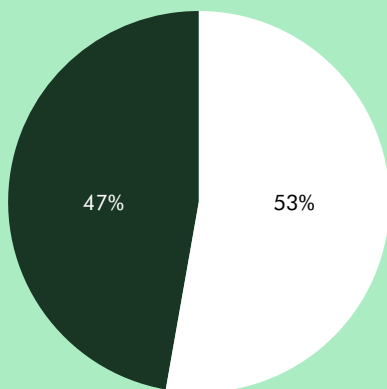
Um olhar de “copo meio cheio”

Noto que as empresas privadas ligadas ao setor de produção de energia, digital e comunicações estão a fazer coisas. Também há pouco tempo ouvi uma notícia sobre o orçamento [e medidas para a sustentabilidade ambiental]. Se fosse há seis anos, já fazia sentido. Mas escandalizar-me-ia muito mais se acontecesse só daqui a quatro anos. Portanto, tudo peca um pouco por atraso, tudo a reboque ... mas está a fazer-se.

Uma construção em contínuo

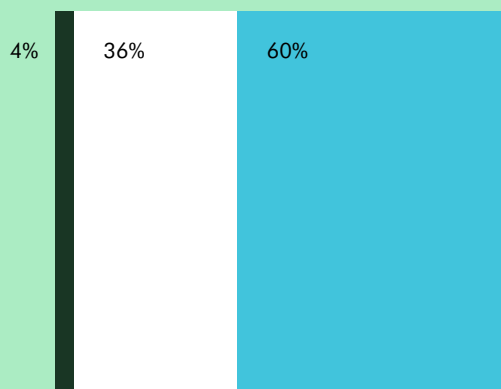
A minha mulher é o nosso “vértice do ambiente”. É da natureza dela colocar as outras pessoas em primeiro lugar. E, para ela, o ambiente é uma pessoa. Nós vamos melhorando, por exemplo, com a alimentação, que absorve grande parte do nosso orçamento. A minha mulher é vegetariana. Por questões práticas, não abdicou dos ovos. Com os três filhos, reduzimos as carnes vermelhas. É um caminho.

Distribuição por género



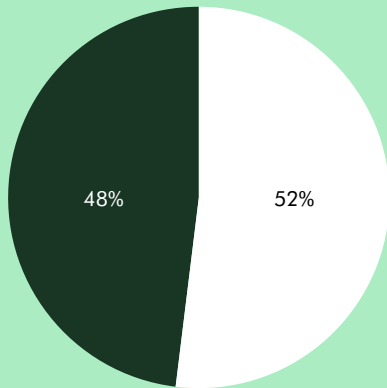
■ Masculino ■ Feminino

Distribuição por faixa etária



■ 18-24 ■ 25-44 ■ 45-65

Rendimento familiar vs necessidades



■ Abaixo/Bastante Abaixo ■ Acima/Adequado

40%

Licenciados

Recetivos **— 25% da população inquirida**

Os Cidadãos Recetivos estão despertos para o tema e a fazer o seu caminho, cientes de que são bastante inconsistentes e de que há muito ainda por fazer e/ou abdicar. Estão, por isso, tendencialmente disponíveis para aprender e discutir o tema, beneficiando de incentivos e da partilha de exemplos que para si sejam relevantes ou apelativos. Confortáveis nas suas rotinas, para os despertar é preciso ir ao seu encontro.

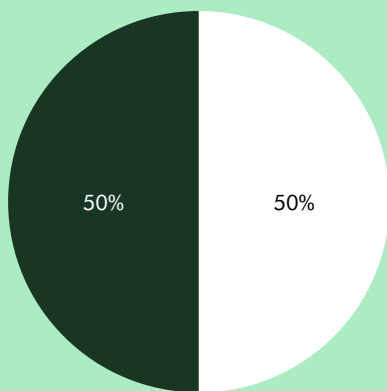
Necessidade de apoio

Não tenho carro, mas agora fala-se no carro híbrido ou elétrico e uma pessoa vê nas notícias que é muito bom. Depois sai outra notícia a dizer que as baterias de lítio são horríveis. Eu, por exemplo, sinto que se agora tivesse de tomar uma decisão informada sobre ter um carro híbrido, não conseguiria. Não tenho argumentos nem a informação necessária para isso.

A inspiração dos bons exemplos

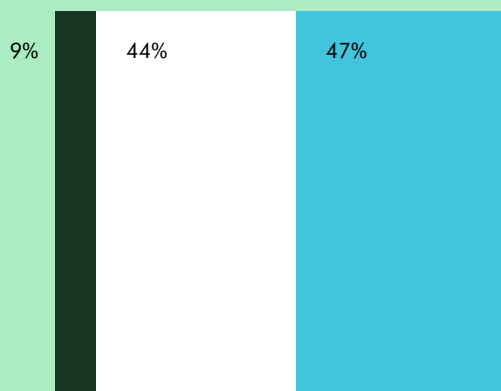
Há pouco tempo, os meus pais contrataram uma nova operadora e a box vinha numa caixa a dizer “esta caixa vai servir para plantar uma árvore”, estava feita para isso. Não é que elas [as operadoras de comunicações] não possam fazer muito mais, mas gosto destas pequenas coisas e até pensei, “tenho que enviar um e-mail a dar os parabéns pela iniciativa”.

Distribuição por género



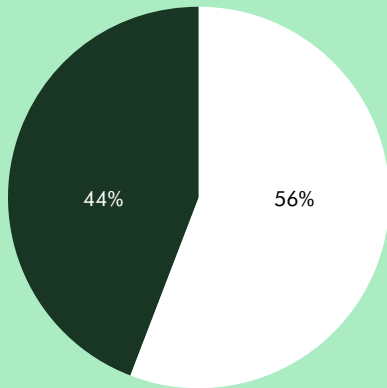
■ Masculino ■ Feminino

Distribuição por faixa etária



■ 18-24 ■ 25-44 ■ 45-65

Rendimento familiar vs necessidades



■ Abaixo/Bastante Abaixo ■ Acima/Adequado

43%

Licenciados

Ocupados — 15% da população inquirida

Os Cidadãos Ocupados estão bastante absorvidos pelas suas rotinas diárias, tendem a assumir que, no que toca ao ambiente, já fazem bastante (dentro do que podem). Relativamente menos formados, academicamente, e menos otimistas quanto ao seu futuro, acusam falta de tempo, nomeadamente para procurar saber mais. Tendem por isso a não ter opiniões muito marcadas em relação ao tema e a ser pouco otimistas quanto à força da comunidade, das instituições e da política. Os maus exemplos são, naturalmente, fortes desincentivos a agir. Importa reconhecer as suas dores do dia-a-dia e disponibilidade restrita, no diálogo e construção de alternativas úteis para eles.

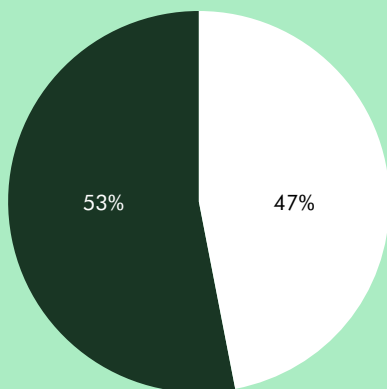
A sensação de ‘fazer o que se pode’

Acho que pouco mais posso fazer do que do que já faço, dentro do conhecimento que tenho e das coisas que vejo. A nível de transportes, de onde vivo para ir trabalhar, é para esquecer. Para quem vive fora das cidades, não há muita oferta. Para o sítio onde trabalho, a oferta é zero. Por isso, vou de carro, e já ando a correr, para depois levar a pequena ao atletismo ...

Maus exemplos alimentam a inação

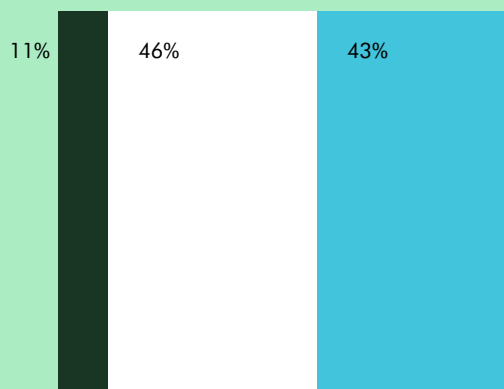
Colocar painéis solares? A legislação não está feita para eu poder decidir. Vivo num apartamento e tenho direito a uma quota parte do telhado. Posso ir lá colocar [painéis solares] nessa minha quota parte? Não. Tenho que ter autorização de todos. Quer isto dizer que morre logo ali a ideia de conseguir unanimidade, porque os outros não vão lucrar nada com isso e se não quiserem também usar a quota parte deles ... é para esquecer.

Distribuição por género



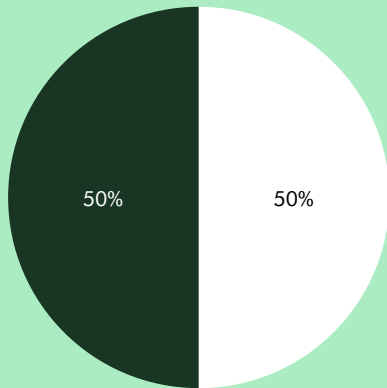
■ Masculino ■ Feminino

Distribuição por faixa etária



■ 18-24 ■ 25-44 ■ 45-65

Rendimento familiar vs necessidades



■ Abaixo/Bastante Abaixo ■ Acima/Adequado

32%

Licenciados

Desinteressados **— 8% da população inquirida**

Pouco ou mesmo nada envolvidos com as questões climáticas e ambientais, os Cidadãos Desinteressados desvalorizam o seu contributo e questionam a coerência das políticas públicas nessa matéria. Relativamente mais jovens e com menor folga financeira (logo a seguir aos Esforçados), consideram que há urgências sociais e económicas a resolver primeiro. Precisam de ser reconhecidos nas suas necessidades mais básicas, pelo que soluções ou alternativas mais sustentáveis devem surpreender pela mais-valia para si e não pelo benefício ambiental.

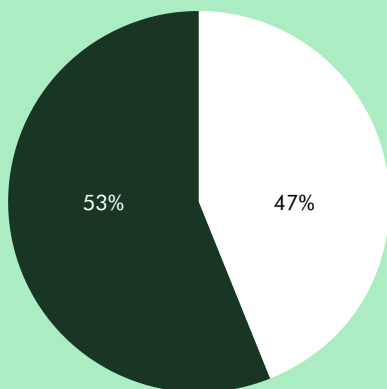
Tantos outros temas mais urgentes...

Fala-se em questões ambientais, muita preocupação e depois temos pessoas a viver na rua. Para mim, é mais importante uma pessoa ter uma vida digna, do que propriamente o ambiente. Se um dia isto cair tudo, caímos todos. Agora, o que faz confusão é uma pessoa a viver na rua, em condições humanamente impossíveis, estar preso num ciclo de tráfico humano...

Descredibilização que alimenta distanciamento

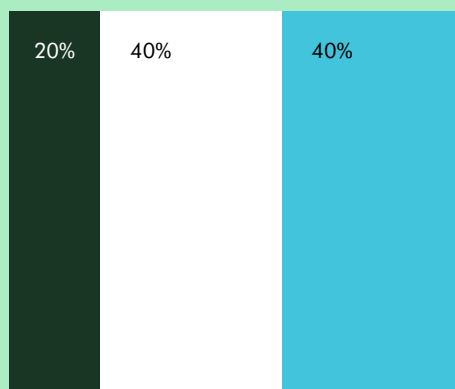
Se pensarmos na questão das ciclovias, em Lisboa, para nós, bombeiros, foi horrível. Tínhamos duas faixas para passar; agora temos uma faixa e uma ciclovia. Como é que passa um veículo de emergência? Passa por cima da bicicleta? Ainda por cima em estradas que dão acesso direto a hospitais. Não faz sentido nenhum.

Distribuição por género



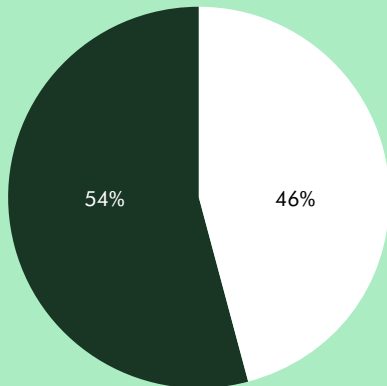
■ Masculino ■ Feminino

Distribuição por faixa etária



■ 18-24 ■ 25-44 ■ 45-65

Rendimento familiar vs necessidades



■ Abaixo/Bastante Abaixo ■ Acima/Adequado

33%

Licenciados

Nos gráficos que se seguem, pode-se comparar os resultados de uma seleção de perguntas que evidencia as diferenças entre os cinco segmentos no que toca a perceções — da ação individual e do coletivo — e comportamentos individuais — o que fazem e o que poderiam fazer.

% Concorda com as seguintes afirmações



Perceções sobre a sociedade e espaço público

Evoluímos bastante como sociedade, na compreensão e adoção de rotinas mais sustentáveis.

O espaço público em Portugal é um bom exemplo das práticas mais sustentáveis que se procuram introduzir na sociedade.

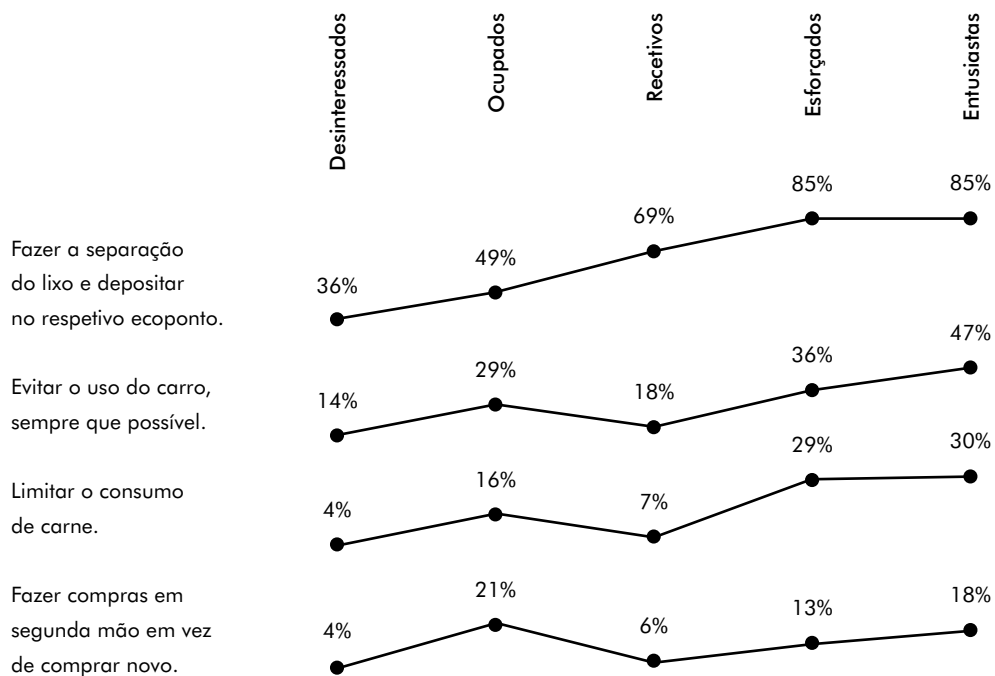
Perceções sobre a ação individual

Se cada um de nós fizer pequenas mudanças nas suas rotinas do dia-a-dia, isso pode ter um grande impacto no combate às alterações climáticas.

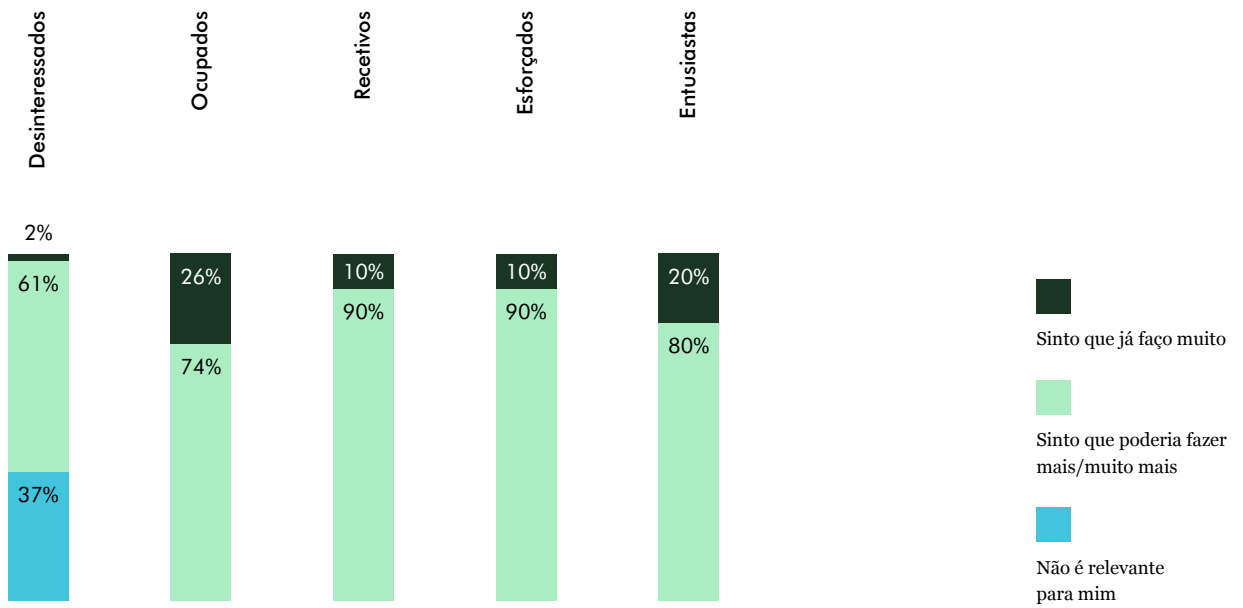
Sinto que algumas das novas rotinas que adquiri, além de serem melhores para o planeta, são também melhores para mim.

Tendemos a procurar substitutos mais sustentáveis, mas precisamos mesmo é de reduzir o que consumimos e utilizamos.

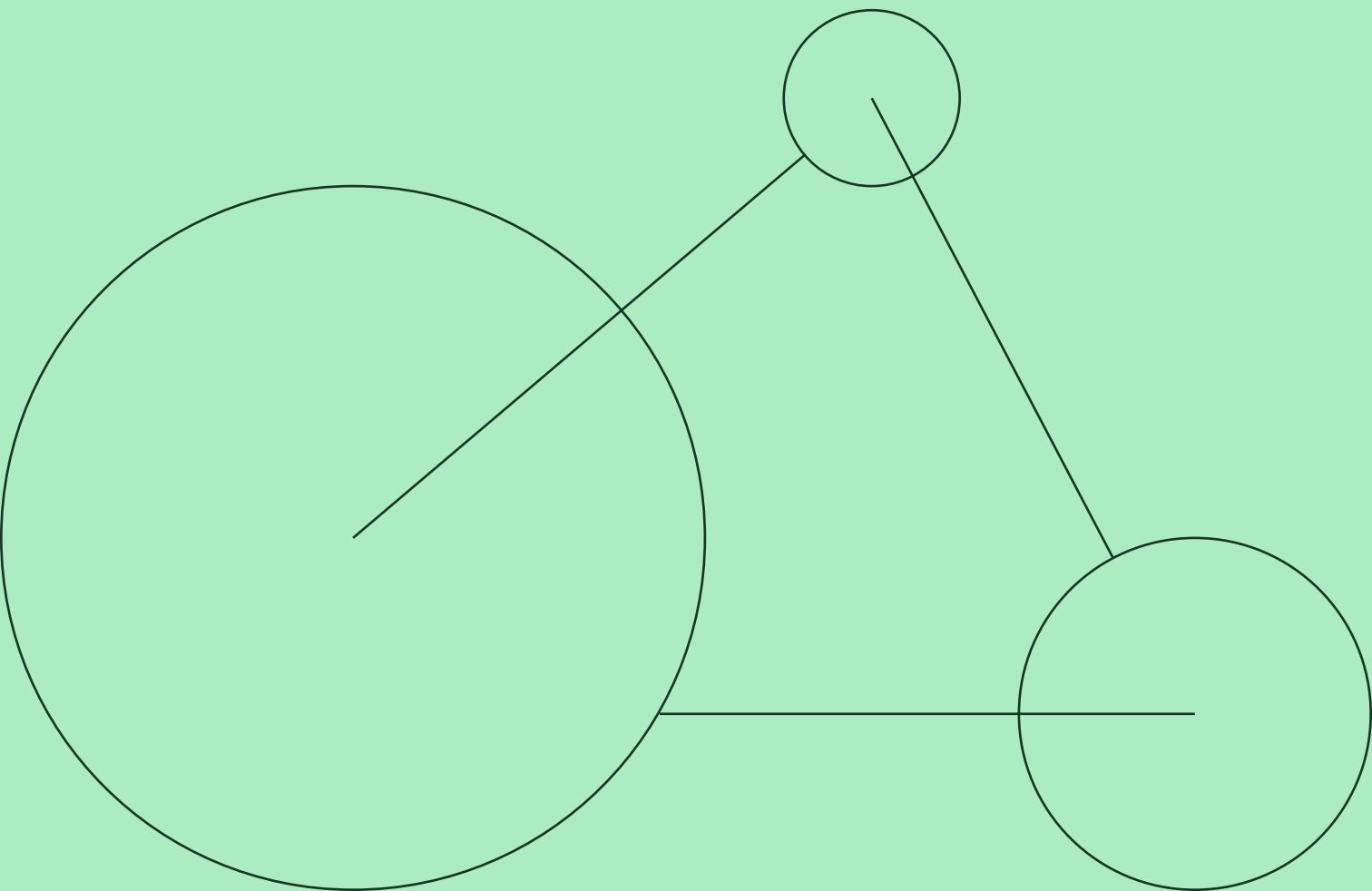
% Faz sempre ou quase sempre



Relativamente a rotinas mais sustentáveis para o ambiente...



Os jovens: motores de uma agenda climática?



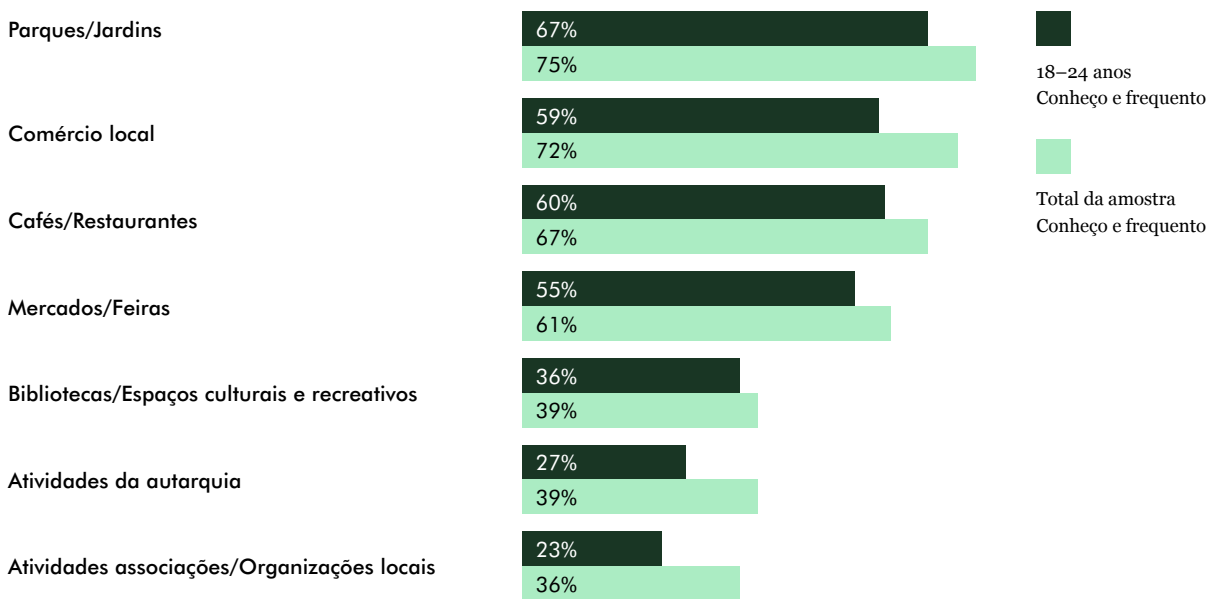
Identificando-se um maior peso dos jovens (18–24 anos) no segmento dos Cidadãos Desinteressados, importa olhar para esta faixa etária isoladamente.

Apesar das diferenças nos contextos económicos e nas experiências individuais, numa fase de transição entre o final do ensino obrigatório, a formação universitária e a entrada no mercado de trabalho, os jovens parecem estar menos preocupados com as questões ambientais e relativamente mais ansiosos com o aumento do custo de vida e o desemprego.

Os jovens portugueses — a grande maioria a viver com os pais — estão relativamente mais afastados das atividades do seu bairro, nomeadamente das iniciativas promovidas pelas autarquias e associações locais.

Participação na vida de bairro

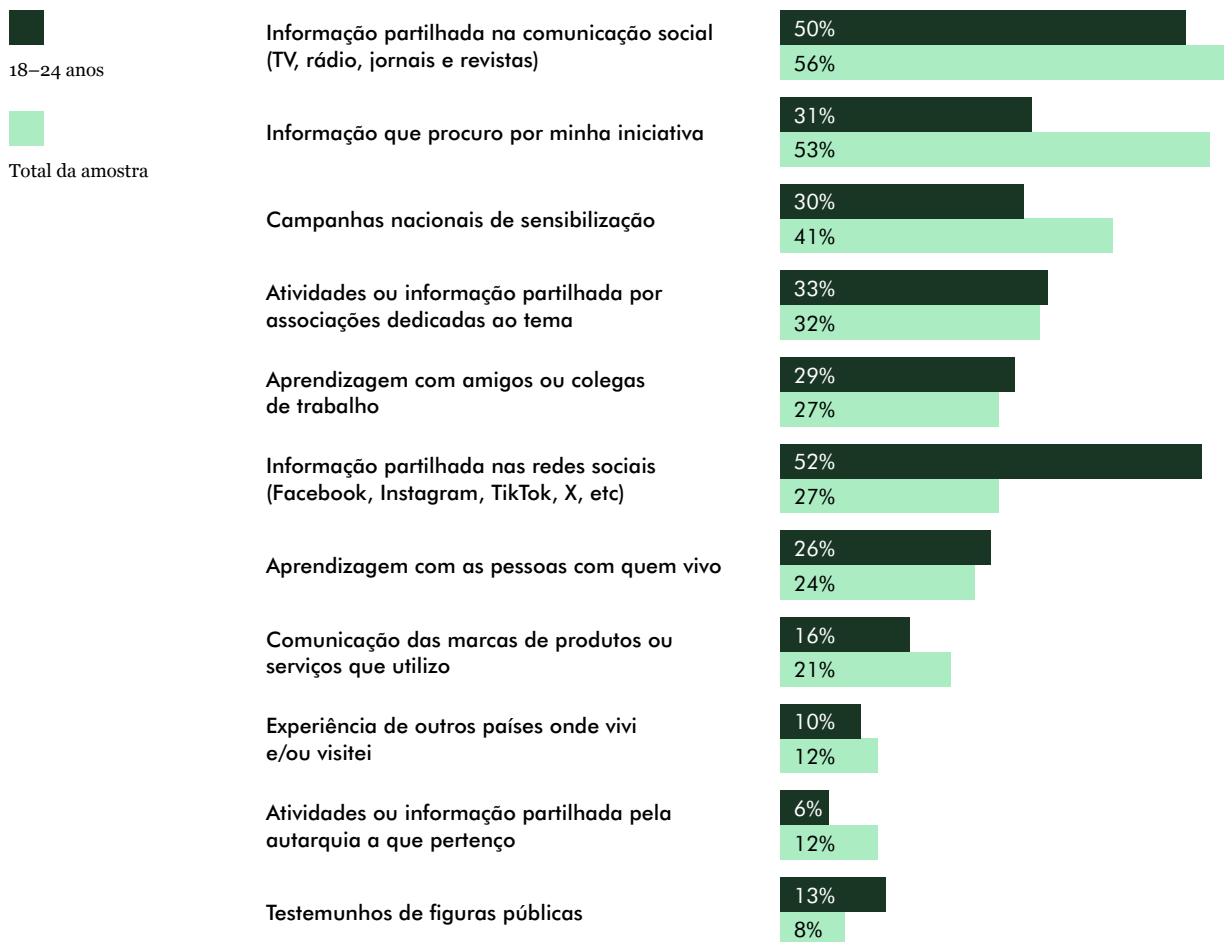
Pensando no bairro onde vive, até que ponto conhece e frequenta?



O seu conhecimento sobre os desafios da sustentabilidade é fruto, em grande medida, das redes sociais, sendo que são os que, comparativamente, menos procuram informação por iniciativa própria.

Como se informam sobre o ambiente?

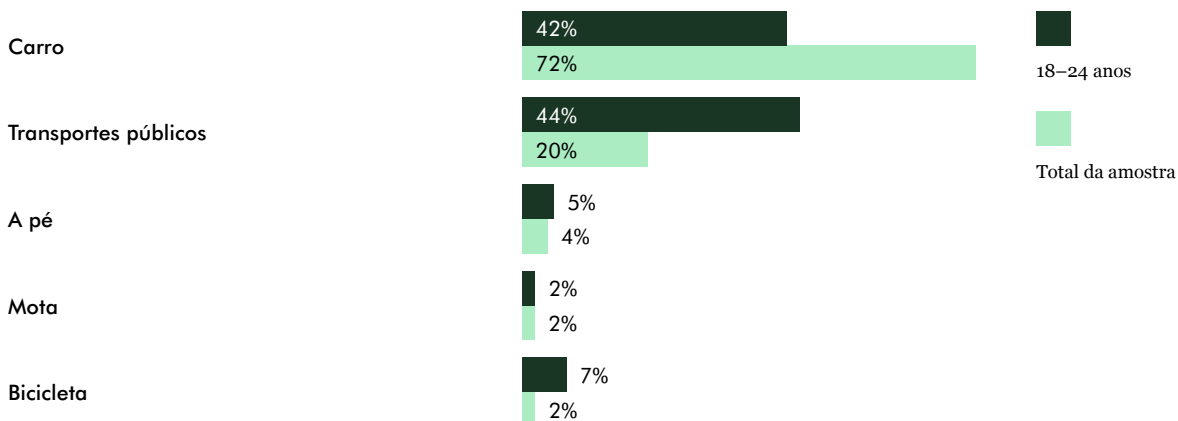
O seu conhecimento sobre os temas da sustentabilidade vem essencialmente de...



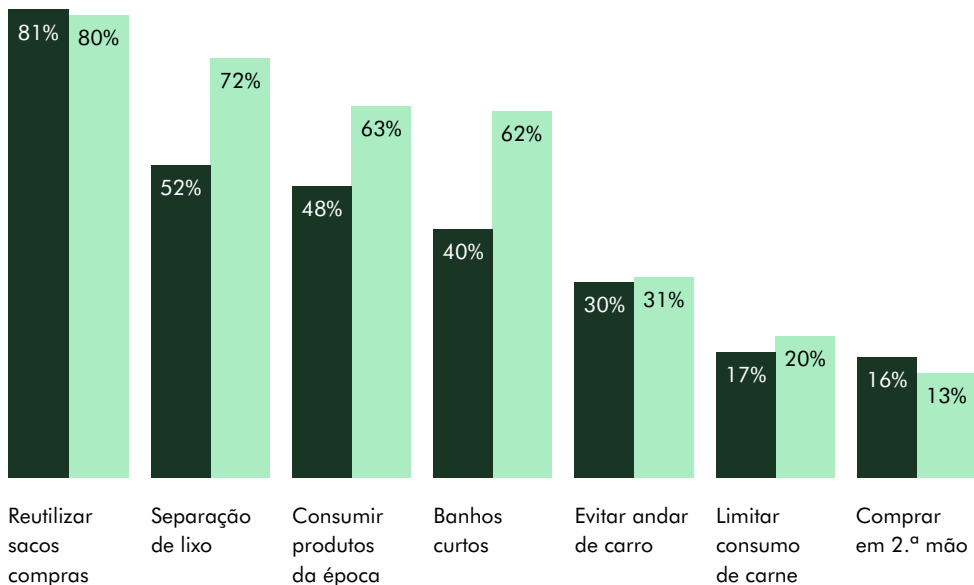
Quanto à mobilidade, os jovens tendem a andar relativamente mais de transportes públicos ou bicicleta. Um resultado expectável, considerando o estágio de vida em que se encontram. Contudo, são os que menos reciclam regularmente, os que menos tomam banhos curtos por rotina, os que menos escolhem as frutas ou vegetais de época ou os que menos se limitam no consumo de carne.

Comportamentos: jovens vs média da população

Deslocações

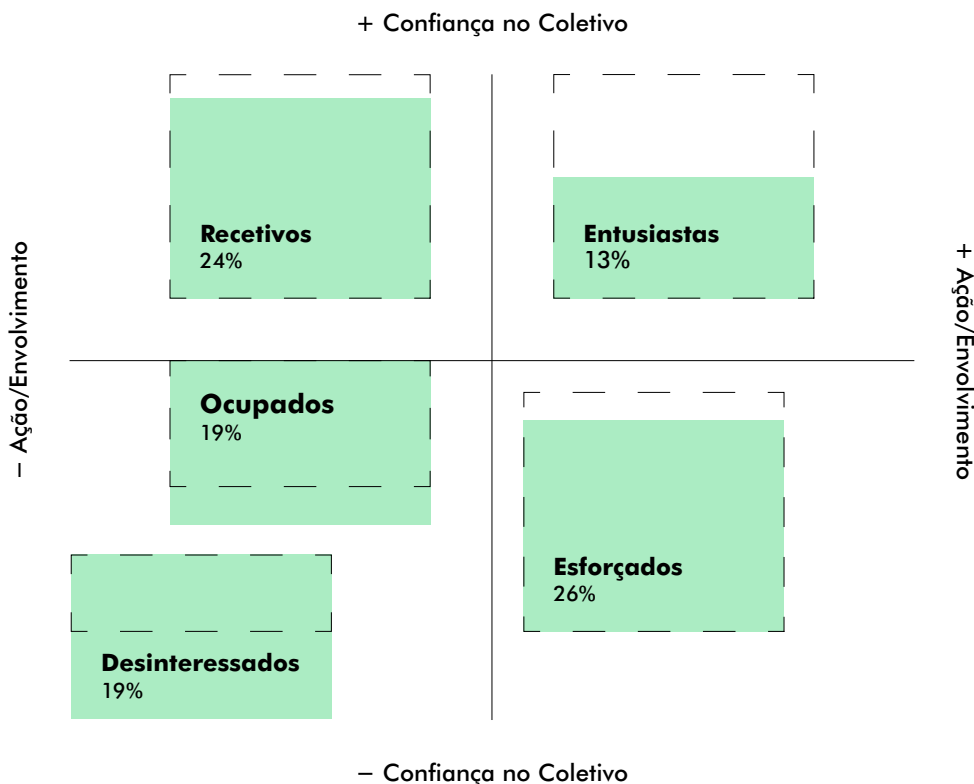


Rotinas mais sustentáveis



Compreender as diferenças entre os jovens

Olhando para esta faixa etária com a lupa dos cinco segmentos, conclui-se que os jovens têm mais expressão no quadrante dos menos ativos/envolvidos e dos menos confiantes no coletivo: há 19% de Desinteressados entre os jovens (vs 8% de Desinteressados no total da amostra) e 19% de Ocupados entre os jovens (vs 15% de Ocupados no total da amostra). O quadrante oposto, dos mais ativos/envolvidos e mais confiantes no coletivo, é o que mais decresce entre os jovens, comparativamente aos demais grupos etários: Entusiastas são apenas 13% (vs 25% de Entusiastas no total da amostra).



Relativamente menos envolvidos com as preocupações ambientais e menos confiantes nas instituições, importa refletir sobre o percurso criança — adolescente — jovem adulto nas gerações que se seguem.

Embora a sensibilização ambiental comece numa idade precoce — “foram os meus filhos que me ensinaram a reciclar” —, essa consciência tende a perder consistência e relevância ao longo do crescimento. A adolescência, marcada pela busca de identidade, e a fase de jovem adulto, com a assunção de novos papéis, como o ingresso no mercado de trabalho, parecem representar momentos críticos nessa trajetória.

Entre a dúvida e a incerteza

Eu gostava de já ter mais certezas, mas não tendo emprego, não tenho ainda certeza de muita coisa. Não consigo ter a minha própria liberdade financeira. [...] Gosto de acompanhar as notícias [sobre os desafios de sustentabilidade], mas, por exemplo, nas redes sociais, não é uma coisa que me apareça muito. Eu também não procuro muito ... é mais ou menos isso. [...] Eu sei que está mau [o planeta], mas também já sei que está mau há muito tempo e as pessoas não fazem nada para mudar.

Cidadão, em conversa de grupo

A força dos grupos

Se calhar tenho de ter alguém a puxar por mim. Por exemplo, no meu grupo de amigos, se nos juntássemos e fôssemos fazer alguma coisa, como a limpeza da Serra, não tinha problema nenhum: divertíamos-nos e estávamos a ajudar o ambiente. Ir sozinho não é a mesma coisa. Também podia ir com pessoas desconhecidas e fazer lá novos amigos... mas prefiro sempre o meu grupo. Seria uma coisa engraçada. Mas muitos deles não estão disponíveis. Trabalham, estudam ... é complicado.

18 anos, Vila Nova de Gaia — Desinteressado

Novos papéis e outras preocupações

Sinto que [quando estava na escola] implementava o que aprendia, mas depois acabei por me esquecer. [...] Metem-se outras preocupações... eu na altura não trabalhava, não estava na faculdade. Hoje em dia, a minha cabeça anda sempre mais ocupada e acho que isso também tem muita influência.

22 anos, Carcavelos — Recetiva

Pouca disponibilidade para esforços

Vou para a faculdade de bicicleta mas, se pudesse, ia de carro. Só não vou porque teria de pagar parquímetro o dia inteiro. [...] Sempre fiz o percurso de Campo de Ourique até ao Saldanha [em Lisboa] de bicicleta e acho uma chatice não ter ciclovia e ter de ir pelo meio dos carros, na confusão ... ainda por cima de manhã costuma haver muito trânsito. Com carro é diferente.

Não fazemos reciclagem em casa. Mas tanto na faculdade como na rua, se tiver algo de plástico ponho no plástico, papel no papel. Não faço em casa por conveniência. O meu pai nunca fez reciclagem, vivo só com ele. Temos um saco de lixo onde ponho tudo. Também é muito raro fazer lixo em casa, pois passo lá pouco tempo, com a faculdade e o trabalho em part-time.

21 anos, Lisboa — Desinteressado

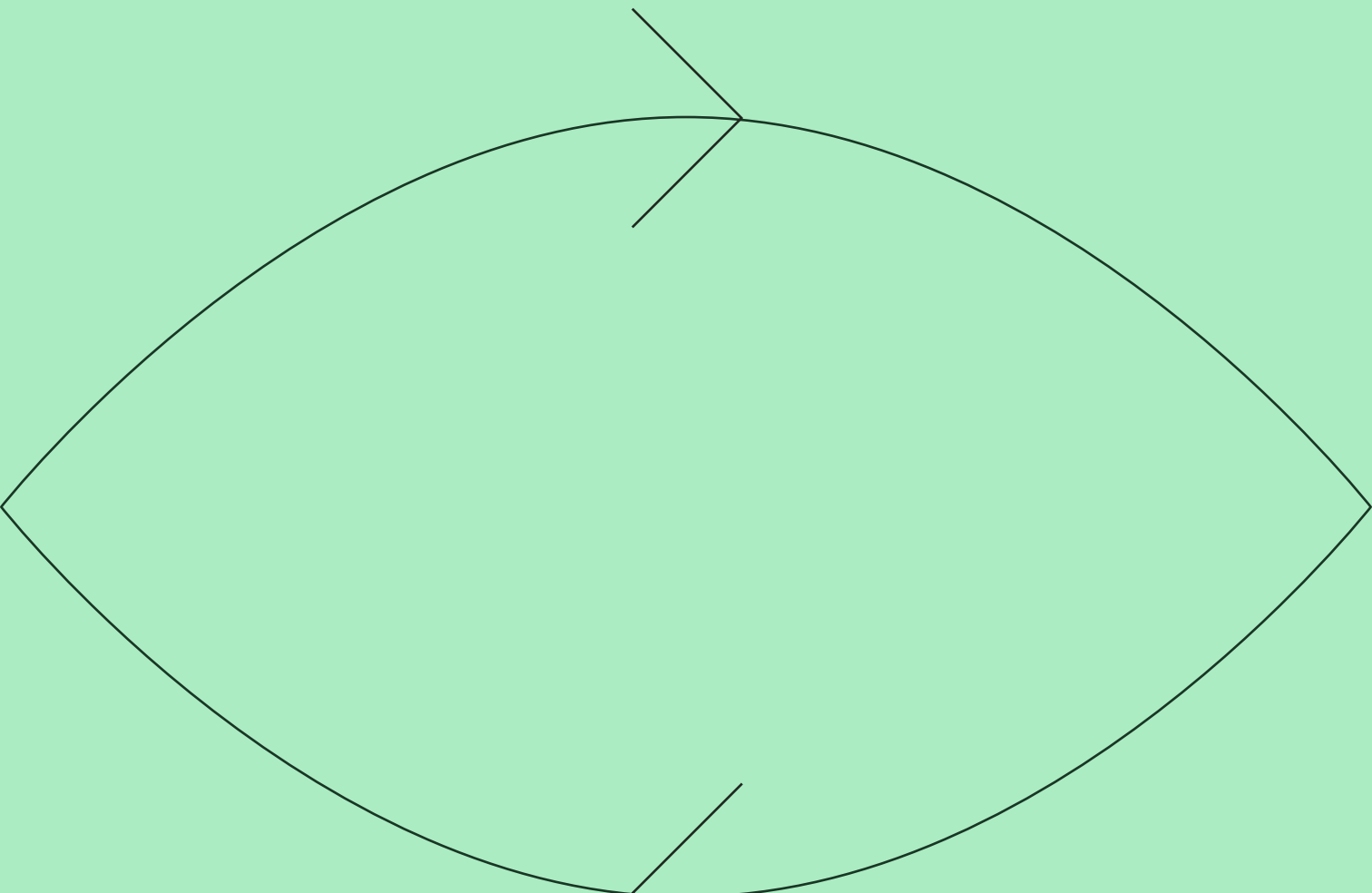
Sendo a Educação crucial para a construção de uma cultura de respeito pelo meio ambiente e pela comunidade, como assegurar abordagens eficazes ao longo destas fases de experimentação e formação de identidade?

Nas conversas e entrevistas, destacaram-se professores Entusiastas, que dinamizam projetos ou iniciativas: “Não é da escola, é mesmo de cada professor”. Contudo, a criação e consolidação de novos hábitos exigem um compromisso coletivo por parte da escola, que deve funcionar como um agente estruturante dessas práticas sustentáveis, independentemente da disciplina ou do ano escolar. Mas estarão as Escolas a assegurar essa consistência? E, mais do que isso, estarão a fazê-lo de forma criativa e ajustada aos interesses e motivações dos alunos?

E fora do ambiente escolar? Em que medida se está a garantir que a transição é acessível e apelativa nos diferentes espaços de ação e socialização destes jovens adultos?

Embora existam jovens Entusiastas e Esforçados, o questionário desta investigação revela que dois terços dos jovens adultos têm um envolvimento reduzido com as questões ambientais. O desafio passa por chegar até eles, criar um diálogo relevante, evidenciar benefícios diretos e demonstrar como a sustentabilidade pode responder às suas necessidades mais imediatas.

Transição para
modos de vida
mais sustentáveis:
o poder dos
incentivos



Apesar da ‘redução’ [no consumo] fazer parte da transição para um estilo de vida mais sustentável, nas conversas de grupo com os Cidadãos domina a percepção de que essa transição traz mais custos, de que é mais caro ser sustentável. Porque, numa lógica de substituição, o carro híbrido é uma mudança dispendiosa, os painéis fotovoltaicos exigem investimento adicional e uma alimentação que tem por base preocupações ambientais tende a custar mais.

Nota-se um certo cansaço, por parte das pessoas, face a imposições como “é preciso contribuir para X” ou “descontar para Y”, em contraste com abordagens baseadas em incentivos positivos, que convidam, estimulam, recompensam ou reembolsam os Cidadãos.

Não surpreende, portanto, que o fator financeiro seja a principal barreira a um maior compromisso com a sustentabilidade ambiental. Entre os inquiridos que reconhecem que poderiam fazer mais, 52% afirmam não o fazer porque exige gastar dinheiro que não têm. Seguem-se a falta de alternativas acessíveis (43%) e a ausência de incentivos (38%).

Que dificuldades na adoção de rotinas mais sustentáveis para o ambiente?



No segmento dos Cidadãos Recetivos, esta preocupação sai reforçada, pois afirmam de forma expressiva que um maior compromisso com a sustentabilidade exige gastar mais dinheiro e não estão disponíveis para tal. Assim, a comunicação sobre temas ambientais deve centrar-se nos ganhos e vantagens, esvaziando a narrativa dos custos económicos. Já para os Ocupados, que alegam “falta de tempo”, é essencial demonstrar eficiência e relevância dentro daquilo que é a sua disponibilidade. Os Desinteressados, que mencionam “outras prioridades no momento”, só se envolvem quando a sustentabilidade responde diretamente às suas dificuldades primárias. Por fim, para os Esforçados e Entusiastas, naturalmente mais atentos ao tema, é fundamental partilhar e discutir novas alternativas acessíveis, reforçando soluções práticas e inovadoras.

Numa lógica de tornar a transição para um modelo de sociedade mais sustentável um convite aliciente à mudança, benéfica para os indivíduos e, numa segunda derivada, para toda a comunidade e para o planeta, identificam-se três desafios principais:

- ✓ Desafiar preconceitos e criar novas métricas de valor e benefícios;
- ✓ Construir alternativas relevantes e confiáveis;
- ✓ Implementar incentivos com o poder de influenciar comportamentos.

Desafiar preconceitos e criar novas métricas de valor e benefícios

Vemos o que se passa no mundo quase em direto e, às vezes, as nossas perceções acabam por ser um bocadinho desfasadas, porque somos expostos constantemente a coisas más e não nos recordamos das coisas boas. O nosso chip acaba por pensar que esta é uma realidade nova.

Cidadão, em conversa de grupo

O ‘viés negativo’ a que a transcrição acima alude é tema de estudo em psicologia social. E se o que é negativo tende a ter mais força ou a perdurar mais na memória, é importante criar novos critérios que contribuam para questionar a realidade a que os portugueses se acomodaram e demonstrar que mudar é benéfico para todos.

A mobilidade é um caso interessante de análise. Os transportes públicos têm um histórico de ineficiência e falta de confiança que urge ultrapassar. Para quem vive nos arredores dos grandes centros urbanos, a falta de regularidade ou de rotas é frequentemente apontada. Quem tem mais alternativas, refere os atrasos e a sobrelotação em horas de ponta.

No estudo *Quality of life in European cities (2023)*, promovido pela Comissão Europeia, é possível comparar as capitais europeias no uso de transportes públicos e confirmar a insatisfação referida, assim como o seu impacto em termos de uso.

Em Lisboa, apenas 13% dos residentes estão muito satisfeitos com os transportes públicos. Em Madrid, essa percentagem sobe para 25% e, em Londres, para 39%. Entrando em mais detalhe, 54% concorda que os transportes públicos passam frequentemente em Lisboa contra 70% em Madrid e 89% em Londres. E só 49% confirma total ou parcialmente que, em Lisboa, os transportes públicos passam de acordo com o horário previsto, contra 77% em Madrid e 81% em Londres.

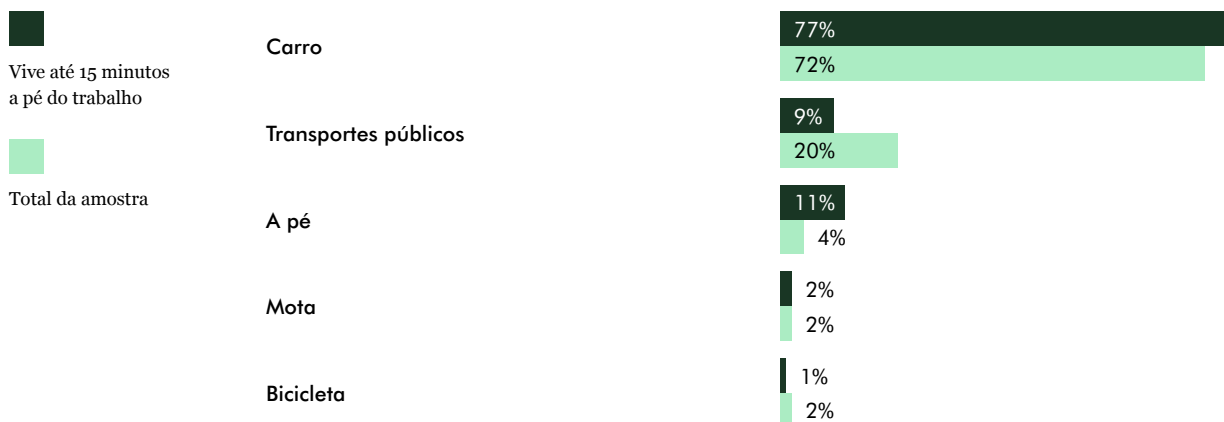
São diferenças significativas que se espelham no uso efetivo de autocarro, comboio ou metro no dia-a-dia. À pergunta “Num dia normal, quais os meios de transporte que costuma usar?”, em Lisboa, 45% diz usar transportes públicos (autocarro, elétrico, metro ou comboio)

e 57% usa carro (em 2019, o uso de carro era referido por 52%). Nas outras duas capitais, são os transportes públicos que se sobrepõem ao carro: em Madrid (54% versus 44%) e Londres (59% versus 41%). Com dimensões bastante distintas, andar a pé é mais comum em Londres (35%) e Madrid (33%) do que em Lisboa (22%). A bicicleta é ainda emergente nas três cidades: 9% em Lisboa, 7% em Madrid e 12% em Londres.

Da cidade para o país, esta investigação confirma a hegemonia do carro como principal meio de transporte em Portugal: 72% dos inquiridos contra os 20% que elege os transportes públicos.

Será que esta realidade se altera com a proximidade ao local de trabalho? Não necessariamente. Nesta investigação, 25% dos inquiridos vive a menos de 15 minutos a pé do seu local de trabalho. Contudo, o carro enquanto principal meio de transporte sai reforçado dentro deste conjunto de pessoas (77%).

Qual o meio de transporte principal?



Várias razões poderão estar por detrás deste resultado. De acordo com as entrevistas e conversas em grupo, faltam alternativas para fazer face à complexidade das rotinas diárias. Para quem tem filhos, a escola e as atividades extracurriculares colocam pressão extra num dia que é quase medido ao minuto.

Num contexto em que o uso do carro responde de forma mais eficaz às necessidades individuais dos portugueses, há outros fatores que ganham relevância no incentivo aos meios de transporte alternativos: o stress e tempo perdido no trânsito, o custo do combustível relativamente ao custo dos transportes, a dificuldade e custo do estacionamento.

É essencial destacar e concretizar os benefícios diretos que meios de transporte alternativos (quando eficientes) podem proporcionar — como economia de tempo, bem-estar e redução de custos. Esse enfoque contribui para deslocar o discurso dos inconvenientes dos transportes públicos para as vantagens reais dessas opções. Além disso, compartilhar as experiências, em discurso direto, de Entusiastas e Esforçados, reforça a ideia de que, em muitas situações, é possível alcançar um saldo positivo, tornando essa mudança uma oportunidade a considerar.

Seja na mobilidade ou noutros domínios — como o uso de energia e água, a alimentação, a regeneração de espaços verdes, a reciclagem e a gestão de resíduos — é fundamental redefinir o que deve ser valorizado. A redução de consumo pode ser encarada como uma oportunidade para simplificar, economizar e obter benefícios adicionais.

O propósito mantém-se, qualquer que seja o tema: a procura, clarificação e demonstração das vantagens individuais para os Cidadãos, como ponto de partida para o diálogo sobre realidades alternativas.

Novas perspectivas sobre a mobilidade

Em Lisboa, nem sequer vejo sentido em andar com um carro. O tempo que se perde a estacionar acaba por ser pior do que o tempo de apanhar um autocarro ou metro.

Não tenho feedback assim tão mau dos transportes, ao contrário da maior parte das pessoas. Acho que ter morado no Barreiro quando era pequena e depois ter estudado em Lisboa, a fazer hora e meia por dia para cada lado, deu-me uma bagagem para perceber que agora os transportes são maravilhosos. Naquela altura, sim, eram péssimos.

Acho que houve uma evolução muito positiva e que as pessoas muitas vezes não se deslocam dessa forma [em transporte público] por comodismo.

Saio de casa às 7:10 e não apanho praticamente ninguém nos autocarros.

Obviamente que se sair às 7:30 já apanho as pessoas que entram às 8. Portanto, acho que é uma questão de irmos avaliando e perceber o que é melhor para nós. [...] O valor do passe é irrisório, tendo em conta aquilo que se gasta em estacionamento e em gasolina. E ainda protegemos o ambiente.

46 anos, Lisboa — Esforçada

Lembro-me perfeitamente que quando o meu pai me ia buscar à escola a pé, era um dia incrível porque nós íamos os dois a falar.

Na verdade, a dependência do carro não vem do comodismo das crianças: ‘Ai coitadinha, vai-se cansar muito’. Não, vem mesmo do comodismo dos próprios pais, porque é mais rápido.

20 anos, Faro — Esforçada

Construir alternativas relevantes e confiáveis

É preciso desconstruir as métricas de suporte a práticas enraizadas que se revelam insustentáveis, à luz do conhecimento atual. Importa, pois, garantir que a apresentação de alternativas seja experimentada e reconhecida como uma mudança que traz benefícios para as pessoas, em continuidade.

A criação de alternativas relevantes exige que o esforço depositado no envolvimento da sociedade para pensar novas práticas e rotinas esteja alinhado com a oferta e acesso a essa nova realidade. Tal implica, muitas vezes, o desenho e disponibilização de novas infraestruturas ou serviços. E essa sincronia exige ela própria esforços conjuntos a médio-longo prazo entre entidades de natureza e com objetivos muito diferentes — do Ensino e Cultura, Setor privado ou Empresarial, Organizações Ambientais, Autarquias ou mesmo Governo Central.

Fazendo referência ao círculo virtuoso de criação das novas realidades — Consistência/Escala/Impacto/Evolução —, se as métricas de valor têm de ser comprovadas de forma consistente e alargada, as entidades relevantes na construção dessas novas realidades, desse novo ‘cenário de atuação’, de suporte à transição, têm de cooperar para que os Cidadãos se sintam empoderados para agir e validar positivamente essa experiência. A não cooperação entre estas entidades, agentes essenciais para a transição, é duplamente negativa. Mina a confiança na mudança e, especialmente para os menos envolvidos com estes temas, reforça as práticas correntes, como fica claro, por exemplo, no tema dos transportes públicos.

Importância de garantir consistência

Na Faculdade sempre andei de transportes públicos, mas, neste momento, está péssimo. [Andar de transportes públicos] Prejudica o meu dia-a-dia; para ser muito honesta, diria mesmo a minha saúde mental.

Apanho a Fertagus [operadora de comboios suburbanos na Área Metropolitana de Lisboa] até Sete-Rios e depois apanho o autocarro até às Amoreiras. Está impossível. Sinto que a diferença poderá ter sido o passe a 40 euros. [...]

A procura aumentou, mas as infraestruturas não, nem a frequência nem o número de carruagens. É muito mau não conseguir apanhar o comboio porque está a abarrotar ... pessoas a gritar umas com as outras, é um mal-estar que não se consegue evitar.

Uma coisa que podia ser tão boa ... é uma parte essencial da vida das pessoas.

26 anos, Seixal — Recetiva

Planear e empoderar para a mudança

A 3 de junho de 2023, no Dia Mundial da Bicicleta, a Rádio Renascença publicava a notícia: “Mais de 70% das crianças de centros urbanos não sabe andar de bicicleta”. A Federação Portuguesa de Ciclismo, fonte dessa informação, comentava, na voz do seu presidente, que “apesar da percentagem ser desanimadora”, o uso da bicicleta estava a crescer.

Reforçando a importância da colaboração entre entidades, para incentivar uma maior utilização de bicicleta como meio de transporte, não basta pensar e construir circuitos de ciclovias, estacionamento dedicado, adaptação noutros transportes ou sistemas de mobilidade partilhada. O empoderamento dos Cidadãos para experimentar esta nova alternativa de transporte exige também pensar em programas para aprender a andar de bicicleta e as regras nas vias de circulação.

Em Portugal, já há vários exemplos colaborativos com Escolas, quer no ensino quer na criação de ‘comboios de bicicleta’, para promover uma viagem acompanhada e mais segura para a escola. E movimentos como o “Massa crítica”, através do qual, na última sexta-feira do mês, se promove um passeio para “celebrar a bicicleta e afirmar o direito dos ciclistas à cidade”, em várias cidades por todo o mundo, incluindo Portugal, avivam a diálogo sobre os desafios e oportunidades de melhoria. Há um longo caminho de aprendizagem e preparação para que esta realidade seja benéfica e segura. E é importante ouvir aqueles que se pretende envolver.

Em entrevista, um jovem adulto, de 32 anos, a morar em Almada (“Esforçado”) partilhava a sua motivação para a causa pública e vontade de participar e contribuir para a mudança. Falando do envolvimento dos mais jovens nesta possível rotina, sugeria: “Eu acho que é no Secundário que se consolidam muitos hábitos. É o pré-adulto. E por isso é a altura em que é mais importante dar informação e envolver mas, sobretudo, pôr a praticar. E nisso as Escolas têm muito potencial. [...] Por exemplo, se nós dessemos bicicletas aos jovens, nesta idade em que eles começam a querer mexer-se, se calhar tinham o incentivo de poupar o dinheiro do passe, e como ainda não têm a carta, era o momento ideal.”

Guiar as pessoas pelos bons exemplos

Lançado pela Imagine5 — uma plataforma norte-americana dedicada a narrar histórias que influenciem a transição para estilos de vida mais sustentáveis —, o *Mapa Verde de Nova Iorque* desafia a comunidade a descobrir bons exemplos de como viver de forma mais sustentável. Dos espaços verdes a todo o tipo de comércio (livrarias, cafés, mercearias, restaurantes, lojas ou quintas urbanas), o mapa identifica o que os faz um espaço ou experiência mais amiga do ambiente. Especialmente para os Recetivos, este mapa materializa uma forma apelativa de dar a conhecer testemunhos de Entusiastas e Esforçados e a fazer parte da transição na cidade.

Have fun exploring:
o exemplo do Mapa
Verde de Nova Iorque.



Implementar incentivos com o poder de influenciar comportamentos

Eu acho que faz sentido começar de dentro para fora. Em Viseu, falou-se em dar prémios aos bairros que reciclassem mais e esses prémios seriam, por exemplo, para uma obra qualquer no bairro. Até agora não foi feito... Seria bastante interessante para desenvolver localmente e também para envolver a comunidade.

32 anos, Viseu — Recetiva

Criar incentivos é, antes de mais, uma demonstração de reconhecimento por um esforço de mudança que é importante para o bem comum. E, no contexto já descrito de que os temas ambientais não estão no topo das prioridades dos portugueses, incentivos à mudança são bem recebidos e alinham com a necessária abordagem positiva ao tema. É tanto mais virtuoso quanto melhor se conjugar o retorno individual com os benefícios visíveis para a comunidade.

A força do reconhecimento

Tive uma experiência espetacular no Alentejo, quando estava no 1.º ano do curso. A Câmara Municipal tinha acordos com o Instituto do Desporto e Juventude. Um dos projetos era direcionado para quem estava de férias no Verão: nós, os jovens.

Em tempo de calor e seca, fazíamos vigia, para fogos, num ponto alto, com todo o equipamento necessário. Quando víamos alguma coisa, alertávamos. Depois também tínhamos a parte de limpar a mata, distribuíamos panfletos de sensibilização sobre as queimadas, esse tipo de coisas.

Portanto, era um conjunto de atividades e, depois, eles davam uma comissão. Era uma coisa simbólica, tipo dez euros por dia, para incentivar o pessoal a participar. E nós aderíamos!

20 anos, Faro — Esforçada

Quando questionados sobre políticas, o incentivo prevalece como medida mais apelativa do que a penalização pelo imposto ou tarifa.

Incentivos vs Penalizações

% Apoia totalmente/tende a apoiar



Na ótica dos incentivos, já há vários exemplos que apontam caminho na criação de oportunidades para as pessoas, convidando-as a olhar para estas novas realidades como alternativas atrativas e não apenas mudanças “urgentes” e percecionadas como onerosas. Comprovar a eficácia desses casos de estudo deveria ser, em si, um incentivo a replicar ou adaptar essas mesmas medidas.

Transição energética com a comunidade no centro

Na cidade de Münster, Alemanha, tem-se trabalhado ativamente na ação climática, destacando-se a participação ativa da comunidade. Esse envolvimento foi conseguido através de uma visão estratégica de longo prazo, comprometida como o objetivo de neutralidade carbónica em 2030, e com a visão de criar incentivos de transição dirigidos à comunidade.

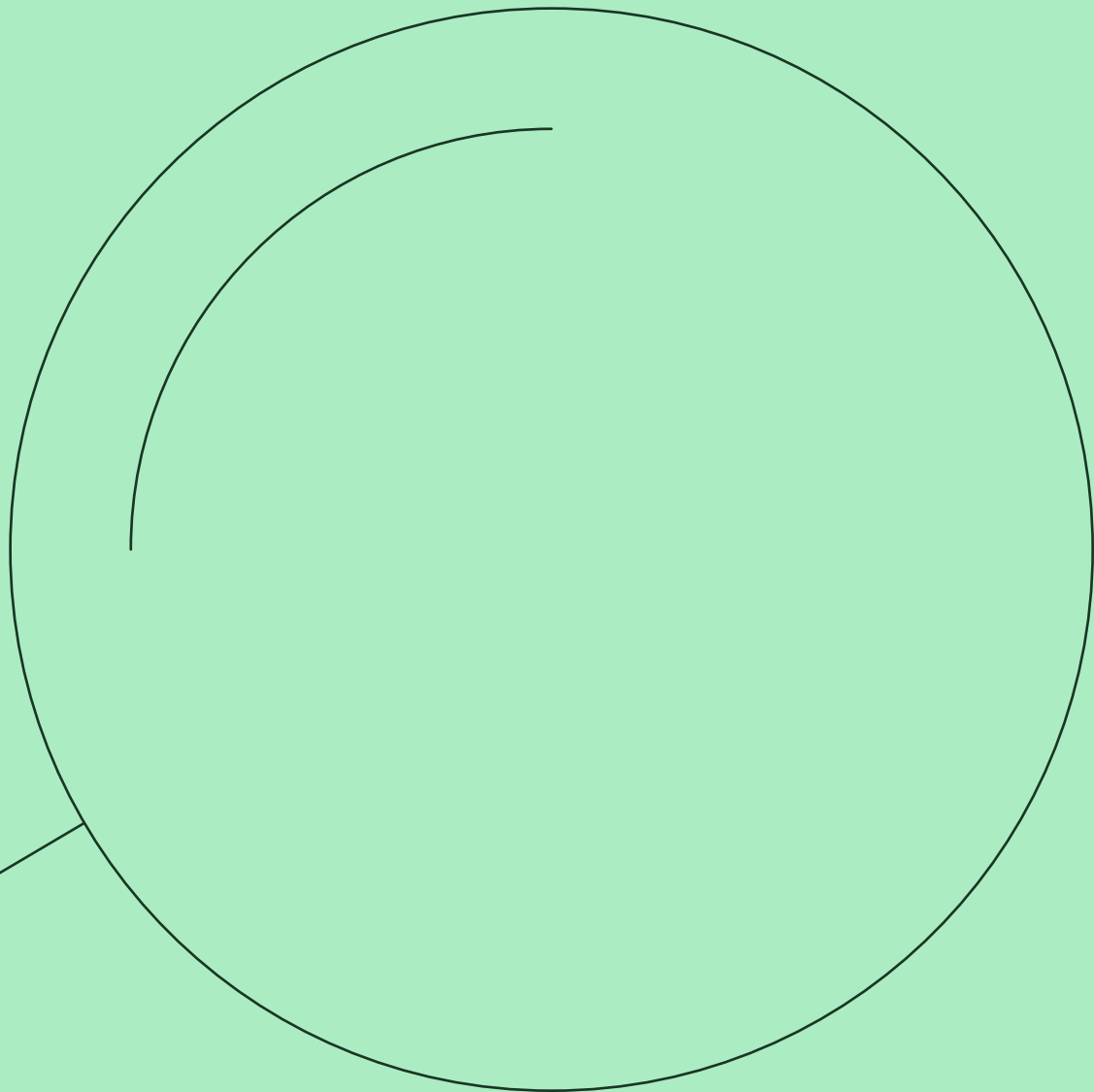
Os Cidadãos são encorajados a aderir a cooperativas de energia para investimento em projetos locais de energia eólica e solar. Não só se promove a cooperação local, como se garante um investimento sustentável com os Cidadãos enquanto sócios e beneficiários da energia produzida. No caso específico da energia solar, o município disponibiliza uma calculadora fotovoltaica para estimar a rapidez com que se recupera o investimento, considerando a exposição solar específica de cada casa. Por outro lado, a eletricidade produzida que não pode ser consumida em casa é introduzida na rede do fornecedor local de eletricidade, em troca de um pagamento fixo previamente estipulado. O município também oferece subsídios e incentivos para a realização de trabalhos de renovação energética das habitações, disponibilizando consultoria local.

Esta cooperação, benéfica individualmente, reforçou o sentido de comunidade e despertou a população para as alterações climáticas, de forma relevante. A aposta na consistência e escala gerou um impacto visível tanto a nível individual como comunitário: em 2021, metade da energia consumida já era de fontes renováveis. O projeto gerou a confiança e motivação necessárias para querer fazer mais.



Campanha *Klimaland*

**Organizações
Ambientais:
valorizadas mas
pouco conhecidas**



*Se esperarmos pelos Governos, será demasiado tarde.
Se agirmos como indivíduos, será demasiado pouco.
Mas se agirmos como comunidades, talvez seja suficiente, talvez
seja mesmo a tempo.*

Rob Hopkins, *E se ... Libertássemos a nossa imaginação para criar o futuro que desejamos?*

Este trabalho de investigação constatou que os Cidadãos percecionam negativamente a atuação do Governo Central, Empresas e Autarquias na resposta que têm dado aos desafios ambientais, como já vimos no quadro “Motores de Mudança” (pág. 38). Por outro lado, sobre as Organizações Ambientais esta análise é muito positiva.

As entrevistas em grupo destacaram — e o questionário validou — a simpatia natural que existe entre a população em geral para com as organizações dedicadas ao ambiente: apenas 9% dos inquiridos não vê interesse na sua existência.

Em que medida valoriza a existência e atuação de Organizações Ambientais?



A importância de atuar localmente

Cada vez mais se fala em políticas globais e na globalização, e acho que se está a perder muito esta questão de pensar localmente; é muito importante afinar as estratégias a nível local, adequadas a cada realidade. Às vezes as notícias falam de uma forma ‘macro’ e esquecemo-nos do ‘micro’.

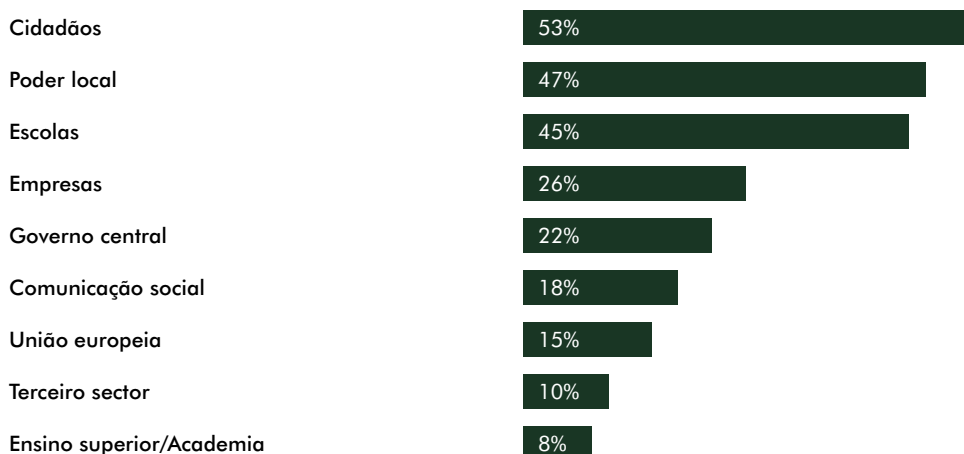
Cidadão em conversa de grupo

As associações mais locais podem ter resultados mais visíveis e mais práticos do que as organizações maiores, porque também acredito que o poder local tem muito mais poder do que o poder central no que diz respeito ao ambiente. São as câmaras municipais e juntas de freguesia que conseguem fazer as limpezas dos rios, que conseguem controlar algumas descargas ilegais. Temos aqui o rio Leça, que é uma vergonha... Está longe ainda de ser um rio saudável e acho que são estas associações mais pequenas que podem ajudar na melhoria das condições.

Cidadão em conversa de grupo

Os portugueses valorizam o papel das Organizações Ambientais na defesa dos interesses das comunidades, mas também na divulgação de informação, sensibilização e ativação de um propósito de comunidade. Consistente com essa valorização, reconhecem às Organizações Ambientais uma atuação mais relevante junto dos Cidadãos, do Poder Local e das Escolas.

As Organizações Ambientais podem ser mais relevantes e eficazes junto de...



Contudo, o reconhecimento público das Organizações Ambientais é reduzido e a participação nas suas atividades é limitada. Entre os Cidadãos, dois terços dos inquiridos nunca fez parte de uma associação. Pelo contrário, entre os representantes de Organizações Ambientais, a grande maioria dos inquiridos (78%) já se tinha associado a outros coletivos antes de colaborar com a organização pela qual agora respondem.

Associativismo em Portugal

Cidadão

34%

já fez/faz parte de
uma associação

vs

Representantes de Organizações Ambientais

78%

já tinham feito parte
de uma outra associação
no passado

Neste contexto de fraco associativismo, cerca de um terço dos Cidadãos inquiridos já participou numa atividade organizada com o intuito de sensibilizar ou apoiar práticas mais sustentáveis, de proteção do ambiente. Entusiastas e Esforçados destacam-se pelo facto de participarem nessas atividades por iniciativa própria. Quanto aos Recetivos e Ocupados, a participação é feita por via da Empresa onde trabalham.

Cidadãos ativos?

26%

fez voluntariado na sua comunidade, nos últimos 12 meses

62%

fez um donativo, nos últimos 12 meses

62%

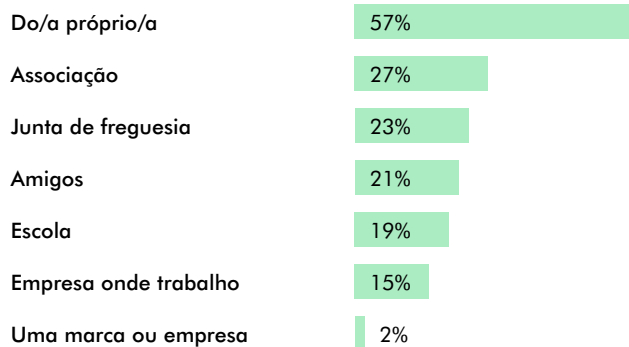
participou num protesto ou manifestação, nos últimos 12 meses

E o ambiente?

32%

já participou numa atividade organizada com o intuito de sensibilizar ou apoiar práticas mais sustentáveis

De quem foi a iniciativa?



Pode haver projetos incríveis, fazerem-se coisas espetaculares, mas não chega às pessoas ou as pessoas também não têm interesse... No meu caso, tenho interesse e não estou envolvida em nada. Para alguém que não tenha interesse, ainda é mais difícil, não é?

26 anos, Seixal — Recetiva

Que organizações existem na comunidade? O que fazem?

Este desconhecimento está muito ligado à falta de comunicação e consequente falta de notoriedade. Os Entusiastas e Esforçados até procuram, por sua iniciativa, informação relevante sobre os temas da sustentabilidade, mas a informação divulgada pela comunicação social continua a ser a mais referida pelos restantes perfis de inquiridos, com as redes sociais a dominar entre os mais jovens (18–24 anos) (pág. 61).

Quercus e Zero são as organizações mais prontamente referidas. A consistência e continuidade do *Minuto Verde* na televisão — uma parceria entre a RTP e a Quercus desde 2006 — tem o retorno de ser recordada e valorizada frequentemente nas conversas.

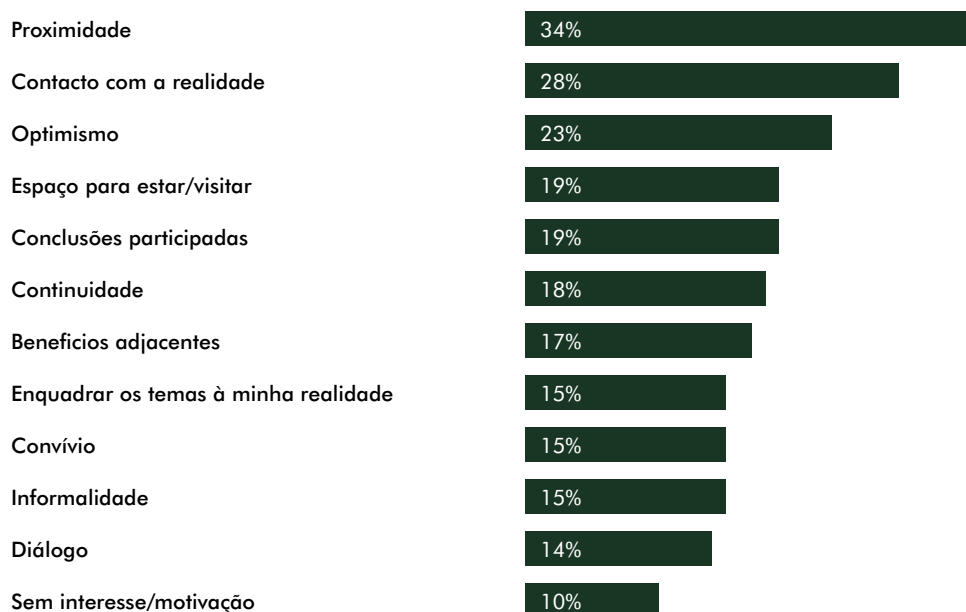
Contudo, a ação em proximidade, na área do ambiente, ainda não é evidente para os portugueses. Se o propósito destas organizações é valorizado, como estimular um maior envolvimento público com as suas ações?

Em resposta a “quais os fatores que considera mais importantes para se envolver nas atividades promovidas por Organizações Ambientais”, destaca-se a proximidade e contacto fácil (34%), a exposição ou experiência com o que se pretende explicar ou discutir (28%) e uma atitude otimista (23%), com a qual as Organizações Ambientais apresentem soluções inspiradoras.

No segmento dos Cidadãos Entusiastas e dos Cidadãos Esforçados, considerou-se mais relevante o fator das conclusões participadas (22% e 26%, respetivamente, contra 19% na amostra total) e o fator da continuidade (21% e 24%, respetivamente, contra 18% na amostra total). Assim, aos Entusiastas e, especialmente, aos Esforçados, para os envolver de forma mais eficaz importa dar-lhes voz na construção de soluções e garantir uma agenda continuada.

No segmento dos Cidadãos Recetivos, os fatores com mais expressão foram o espaço para estar/visitar (21% contra 19% na amostra total), o diálogo (18% contra 14% na amostra total) e o convívio (18% contra 15% na amostra total), concluindo-se que, aos Recetivos, há que cativá-los com um espaço para estar, propostas de convívio e diálogos participativos.

Quais os fatores que considera mais importantes para se envolver nas atividades promovidas por Organizações Ambientais?



No segmento dos Cidadãos Ocupados, também se destaca o fator do convívio (18% contra 15% na amostra total), pelo que se pode dizer que para os Ocupados, na senda da otimização do uso do tempo, o convívio é igualmente relevante para se envolverem mais.

Quanto ao segmento dos Desinteressados, estes Cidadãos mostram-se particularmente sem interesse ou motivação para se envolverem em atividades promovidas por Organizações Ambientais (39% contra 10% na amostra total), pelo que dever-se-á assumir que a sua participação nas referidas atividades não acontecerá pela temática ambiental, mas sim falando às suas necessidades mais prementes.

Para despertar o interesse dos Cidadãos, é essencial compreender os seus “tempos”, dos momentos de lazer aos períodos em que estão mais recetivos à informação. A ação climática deve ocupar esses espaços de forma positiva e significativa — não como uma exigência, mas como um catalisador de boas experiências. Criar momentos informais, envolventes e memoráveis pode tornar a experiência não apenas acessível, mas verdadeiramente transformadora.

Compreender tempos livres para ser alternativa relevante

Toda a gente se junta e paga para participar em maratonas. Não fica assim tão barato e temos milhares de pessoas a participar. Se criássemos maratonas de limpeza da floresta, uma estratégia de coletivo, mesmo que não tivessem que pagar...

Cidadão em conversa de grupo

Nesta comunidade, temos muitos amigos que vivem aqui perto. Juntamo-nos para fazer uma determinada atividade. Jogamos jogos de tabuleiro, que eu nem sabia que gostava, mas passei a gostar imenso. Depois junta-se a isso o lanche ou jantar. Sendo um motivo, não os jogos de tabuleiro, mas, por exemplo, uma iniciativa bem divulgada e bem assimilada por nós como sendo concretizável, para nos juntarmos e participarmos todos, acho que isso seria magnífico.

52 anos, Almada — Entusiasta

À luz dos objetivos da investigação, importa refletir sobre dois temas em concreto: a comunicação e os espaços de suporte ou inspiração à ação ambiental.

Comunicar: um investimento sustentável

Às vezes é mais importante a comunicação do que o próprio evento. Porque a comunicação traz informação nova e a pessoa fica a pensar nisso e, se não for dessa vez, talvez vá na próxima ou talvez fique mais informado sobre o tema.

32 anos, Almada — Esforçado

A comunicação não pode ser vista apenas enquanto custo, mas como parte do processo de mudança. E, se os Entusiastas estarão mais atentos ao esforço de partilha e divulgação das organizações com projetos na área ambiental, para os menos envolvidos com estes temas é preciso criar pontes de contacto relevantes. É necessário criatividade e trabalho colaborativo para se sair da bolha das pessoas comprometidas com a causa ambiental. No estudo *Civic Engagement*, promovido pelo Parlamento Europeu em 2020, numa análise comparativa entre Estados-membros da UE, foi pedido aos participantes para referirem campanhas de organizações da sociedade civil dos últimos dois anos. Foi-lhes, depois, perguntado se alguma dessas campanhas de que se lembraram tinha resultado numa mudança comportamental.

Para a média dos países da UE, 55% dos inquiridos acusou ter reagido com uma ação concreta. Em Portugal, essa percentagem foi de 75%.

Refira-se também uma organização não-governamental do Reino Unido que dá pelo nome de *Climate Outreach* e que se dedica exclusivamente a promover o envolvimento e participação da sociedade — indivíduos e coletivos — na discussão sobre as alterações climáticas. No seu método de criação de narrativas mais apelativas e que convidam à participação, sugere que se torne o tema palpável (*make it real*), para que a experiência se normalize (*make it normal*) e seja entendida como possível (*make it possible*).

É preciso, realmente, formação específica [em Comunicação] para se chegar às pessoas e essas associações são feitas de voluntários, que muitas vezes vêm de áreas que nada têm a ver com o assunto que estão a tratar. E não é só criar uma conta no Instagram ou no Facebook, meter lá umas fotos de quando se vai aqui e ali...

20 anos, Faro — Esforçada

© Alastair Johnstone/
Climate Visuals



O empreendimento “Grey to Green” em Sheffield, no Reino Unido, criou uma rede de novos passeios e ciclovias para transformar uma área que antes era asfaltada num espaço público verde. É também o maior projeto de drenagem urbana sustentável do Reino Unido, com canteiros que levam a água da chuva e da superfície de volta para os rios de Sheffield.

Esta imagem faz parte do projeto Climate Visuals, uma iniciativa da Climate Outreach que consiste numa biblioteca online de imagens e outros recursos de investigação sobre Fotografia e alterações climáticas para uma comunicação com mais impacto.

Cidade do Zero



Já sigo a página da Catarina Barreiros [criadora de conteúdos digitais] há algum tempo e gosto muito das iniciativas dela. E via publicações sobre a Cidade do Zero, mas nunca tinha conseguido ir porque não estava em Portugal na altura. Este ano até foi a minha irmã que me alertou. Tinham aberto vagas para voluntariado e inscrevemo-nos. Queríamos fazer parte daquilo. Foi muito giro, muito trabalhoso, ou seja, não tivemos assim tanto tempo para ver, mas só o facto de fazer parte da organização e de ver algumas coisas a acontecer... Contactei com imensas marcas que eu não fazia ideia que existiam e fiquei a saber de processos que não fazia ideia de que já estávamos nesse ponto. [...] Achei o evento incrível. Se calhar fiquei com dúvidas numa ou noutra marca, mas acho que este evento é importante para sensibilizar mais gente. E poder conhecer outros voluntários, perceber que partilhamos os mesmos pensamentos. Sinto que aprendi.

Cidadã em conversa de grupo

Na sua 3.^a edição, a Cidade do Zero 2024, em parceria com o Instituto Superior de Agronomia, juntou mais 20 mil pessoas em dois dias, na Tapada da Ajuda, em Lisboa. Estiveram presentes “mais de cem marcas nacionais que priorizam a circularidade, a inclusão e a reutilização” e houve um conjunto de palestras e workshops que procuraram promover práticas mais sustentáveis.

Foi feita a compensação das emissões de CO₂ com o envolvimento dos participantes no evento, através do Projeto Gigantes Verdes, para a preservação de árvores de grande porte, com elevado valor ecológico e patrimonial.

Third Places para uma cidadania sustentável

As juntas de freguesia têm algumas informações e campanhas de sensibilização para as pessoas. Mas eu não me vou deslocar à Junta de Freguesia. Para já, não conheço as pessoas... Para mim, não será o melhor sítio.

50 anos, Viseu — Recetiva

Ray Oldenburg, sociólogo urbano americano, escreveu sobre a importância dos espaços públicos de encontro informal. No seu livro, *Celebrating The Third Place* (2000), Oldenburg refere que esses espaços públicos, de partilha e diálogo, são âncoras valiosas para a vida em comunidade, adicionando-se à casa (*first place*) e trabalho (*second place*).

Podem estes espaços ser pensados enquanto modelos de vida sustentável e palco para convívio, diálogo e cocriação de projetos de transição para uma comunidade mais sustentável social e ambientalmente? Pensar nesta perspetiva parece responder aos menos envolvidos com os temas ambientais (espaço que os recebe, convívio, diálogo) e convocar os mais envolvidos (dar palco à sua experiência e sentido de propósito, garantir continuidade).

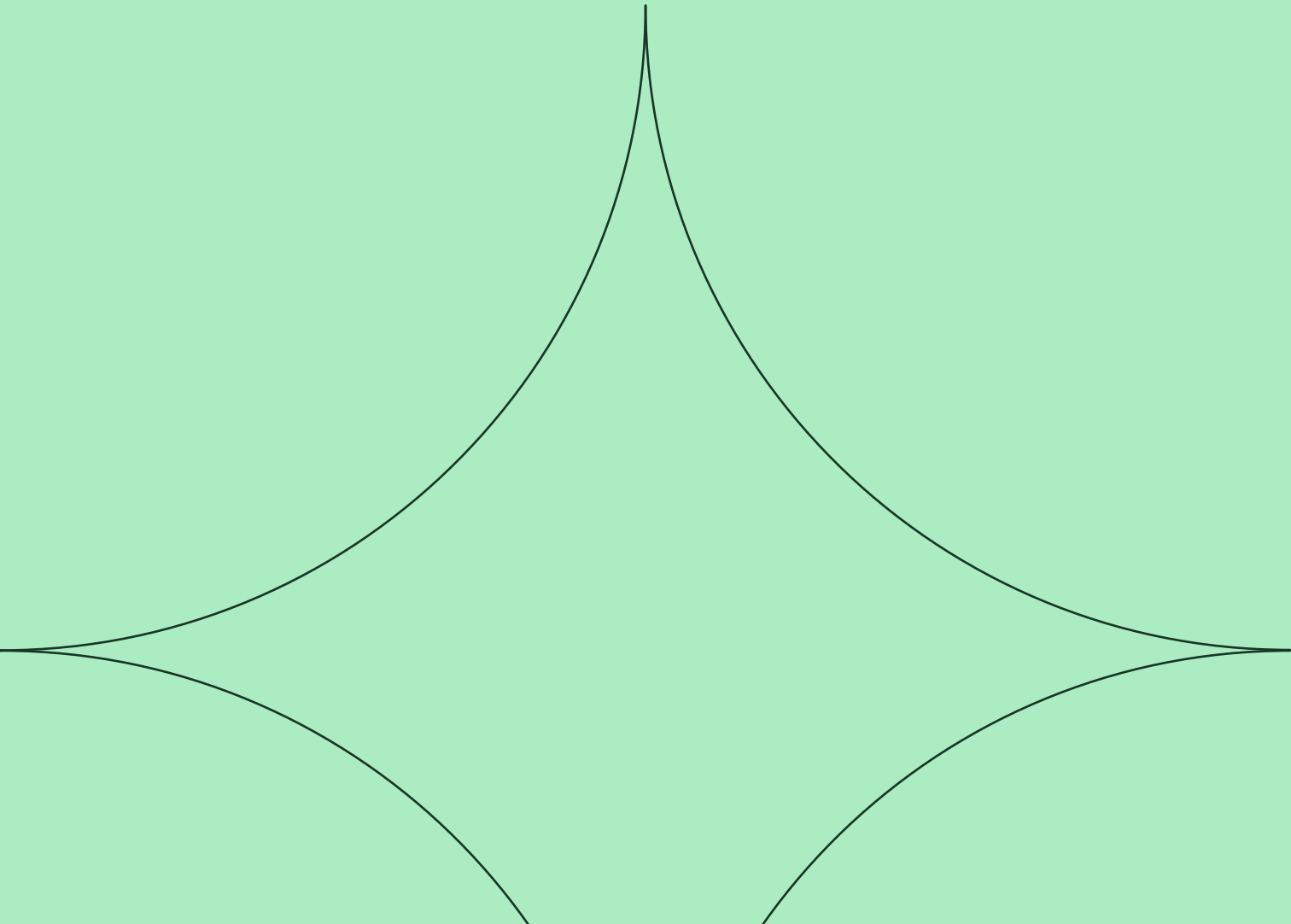
Avaliar reabilitações de espaços público, com este propósito em mente, pode ser uma oportunidade para o poder local.

La REcyclerie



No norte de Paris, desde 2014, uma antiga estação de comboios tornou-se um espaço de encontro assente no propósito da sustentabilidade. Este património industrial reconvertido, já com dez anos de atividade, integra uma cafetaria, oficinas de reciclagem e reutilização, terraços e uma quinta urbana. Com uma agenda que cruza serviços de educação e promoção cultural, há espaço para a exibição de documentários, mercados e atividade física. Empresas e associações podem alugar espaços para encontros, ampliando a promoção desta forma de estar, viver e servir sustentável.

A perspectiva das Organizações Ambientais e os exemplos inspiradores



De acordo com a Conta Satélite da Economia Social (2020), publicada pelo INE, de um total de 73 851 entidades identificadas, 856 (1%) estão classificadas em “Atividades de proteção ambiental e de bem-estar animal”.

No âmbito desta investigação, o inquérito dirigido a Organizações Ambientais permitiu chegar a 101 respostas válidas. Não se podendo dizer que é totalmente representativo da realidade do país, constitui uma amostra relevante para a análise.

O inquérito revela que o nível de motivação dos inquiridos em relação ao trabalho que desenvolvem na sua organização é elevado (91% estão muito motivados).

Existem, contudo, limitações claras em termos de financiamento e recursos humanos, que condicionam a atividade de muitas destas organizações. É consensual que “de uma forma geral, as instituições não têm recursos suficientes para se profissionalizarem na gestão, planeamento e monitorização das suas atividades”: 86% concordam com a afirmação.

Os programas de financiamento são uma peça-chave. Entre os programas ou linhas de financiamento de referência para as atividades das Organizações Ambientais contam-se o Fundo Ambiental, Programa LIFE, EEA Grants, Portugal 2030, Interreg e New European Bauhaus. De acordo com os resultados do inquérito, 75% das organizações candidata-se a, pelo menos, um programa de financiamento; metade gere, pelo menos, um projeto financiado por um Programa específico; e um quarto destas organizações tem nesses projetos financiados a sua principal receita.

Organizações Ambientais: motivadas mas condicionadas

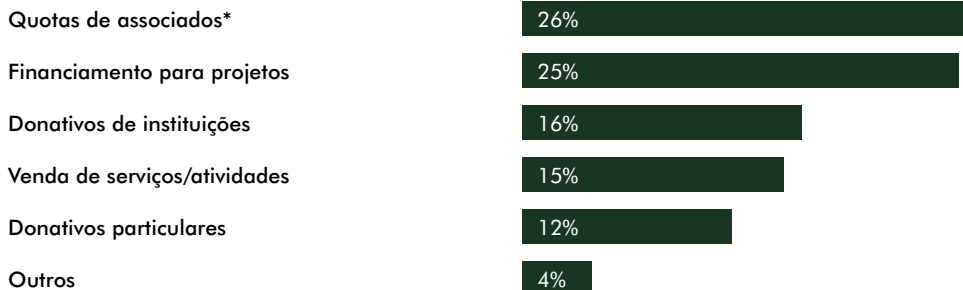
91%

muito motivados em relação ao trabalho que desenvolvem na sua Organização

86%

concorda que “de uma forma geral, as Organizações Ambientais não têm recursos suficientes para se profissionalizarem na gestão, planeamento e monitorização das suas atividades”

A principal fonte de financiamento é ...



*Note-se que, frequentemente, há associados que falham o pagamento das suas quotas, pelo que esta fonte de financiamento deve ser vista como complementar.

Atualmente, a sua organização gere quantos projetos financiados?



Esforço e precariedade

Nós sabemos que, enquanto somos voluntários, o poder da ação acaba por ser um pouco mais limitado. É claro que as pessoas têm muita vontade de fazer e, mesmo com funcionários, continua a depender muito da vontade dos voluntários, principalmente das pessoas que estão nos órgãos sociais. Mas chega um momento em que, se queremos ir mais além, precisamos de pessoas a tempo inteiro. Tivemos a sorte de ter um projeto europeu aprovado e foi isso que nos permitiu criar o primeiro posto de trabalho.

A Academia valoriza como output as publicações científicas e, embora haja um discurso de que a ciência deve ser útil para a sociedade, no final, nós [investigadores científicos] não somos valorizados por isso. Gerir uma associação em paralelo é um trabalho duplo, cansativo, enorme. Porque são outras formas de dialogar, outros atores. As próprias candidaturas [a programas de financiamento] são completamente diferentes entre o que é uma candidatura FCT [Fundação para a Ciência e Tecnologia] e o que é uma candidatura no âmbito de uma associação. São dois mundos e as mesmas pessoas. Nós só fazemos porque o entendemos como missão de vida.

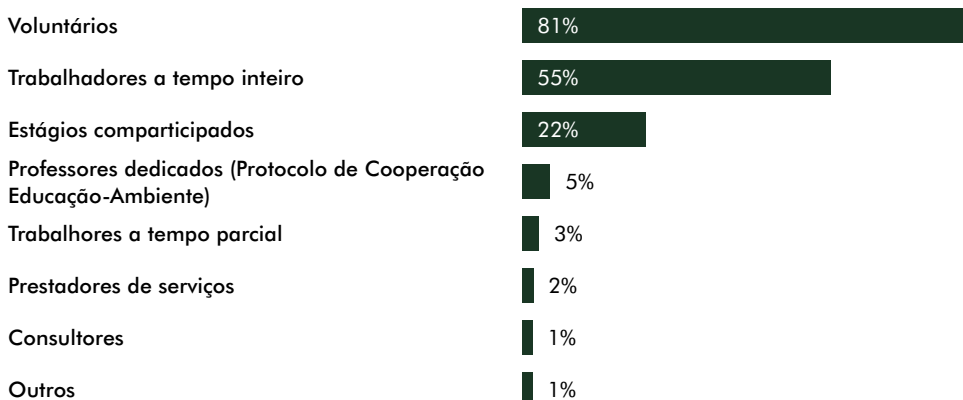
Eu acho que as associações ambientais estão sempre a correr atrás do prejuízo. O dinheiro não chega.

Em conversa de grupo, Organizações Ambientais

No estudo recentemente publicado, *Diagnóstico das ONG em Portugal – 2015–2024*, da Universidade Católica Portuguesa do Porto, refere-se que “o tecido das organizações da economia social na União Europeia é maioritariamente constituído por micro organizações”, com menos de dez trabalhadores. Com base nos dados da Comissão Europeia (2024), em Portugal, 87% das entidades de todo o Terceiro Setor são micro.

Pouco mais de metade das 101 Organizações Ambientais inquiridas nesta investigação conta com trabalhadores a tempo inteiro e a maioria tem menos de dez trabalhadores. Mais de 80% destas organizações conta com o trabalho de voluntários, sendo que 41% das organizações participantes conta, apenas, com trabalho voluntário.

A sua organização conta com a colaboração de ...



41% das organizações inquiridas só conta com o trabalho de voluntários

Neste contexto de relevante dependência da colaboração de voluntários, alerta-se para a redução do voluntariado entre 2015 e 2022 em Portugal e na União Europeia. Suportado pelos dados da Eurostat, o estudo da Universidade Católica refere que, em Portugal, o voluntariado formal, enquanto realização de trabalho não pago numa organização da economia social, desceu de 9% para 7% da população com mais de 16 anos. O voluntariado informal, enquanto apoio a pessoas fora de uma estrutura organizacional, que é normalmente espontâneo e não mediado por qualquer organização formal, também desceu de 21% para 13% entre 2015 e 2022.

Conicionados pela continuidade do financiamento e pelo suporte de voluntários, são uma minoria (23%) as instituições que têm autonomia financeira suficiente para poder desenhar o seu plano de atividades em sintonia com a sua missão e objetivos.

Para quase metade dos inquiridos (49%), a sua instituição “tem um conjunto de atividades disponíveis e o plano desenrola-se, acima de tudo, de acordo com os pedidos que lhes são feitos e/ou o financiamento que conseguem obter”. Para os restantes (28%), a sua instituição “depende maioritariamente dos projetos com que se candidatam à obtenção de financiamento, sendo estes o grande motor do seu plano de ação”.

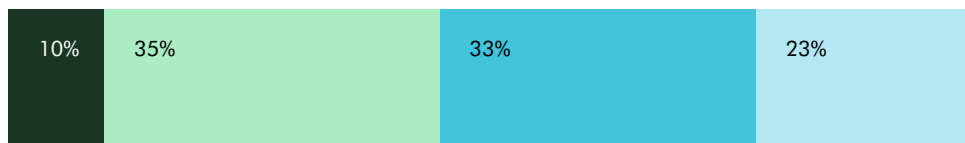
Não surpreende, por isso, que a gestão dessas organizações seja tendencialmente de curto prazo. Apenas 23% dos inquiridos diz conseguir fazer, na sua organização, um plano de objetivos e atividades a dois ou mais anos. No contexto dos desafios ambientais e alterações climáticas, que exige pensar a longo prazo, de forma consistente e com uma perspetiva de escala, esta realidade é desajustada do propósito.

Pensando na forma como elaboram os vossos planos de atividade, com qual das seguintes frases mais se identifica?



- A minha organização tem autonomia financeira suficiente para desenhar o plano de atividades em sintonia com a missão e os objetivos
- A minha organização tem um conjunto de atividades disponíveis e o nosso plano desenvolve-se, sobretudo, de acordo com os pedidos que nos são feitos e/ou financiamento que conseguimos obter
- A minha organização depende maioritariamente dos projetos para os quais conseguimos financiamento, sendo este o grande motor do nosso plano de ação

Um plano de atividades e objetivos a dois ou mais anos é algo que ...



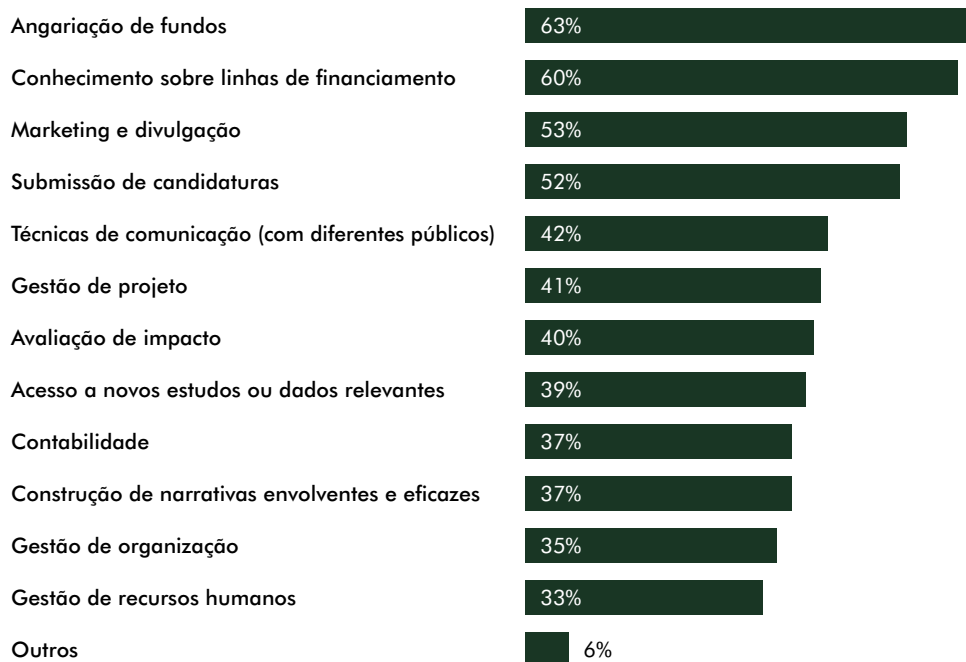
- ...muito dificilmente conseguiremos fazer
- ...ambicionamos, mas ainda não conseguimos fazer
- ...já fazemos para os projetos plurianuais
- ... já fazemos para a nossa organização como um todo

Quando questionados sobre as áreas em que se sentem menos profissionalizados, os inquiridos das Organizações Ambientais referem, sobretudo, a angariação de fundos (63%), o acesso a programas de financiamento ativos (60%) e o marketing (53%).

Se o Cidadão anota o facto de estas organizações “não estarem a chegar a si”, para as organizações a dificuldade de garantir trabalho especializado tem impacto direto na sua comunicação. Importa, por isso, capacitá-las para que consigam definir e implementar estratégias de comunicação eficazes e bem direcionadas, em canais adequados, tendo em vista não só a divulgação do seu trabalho como a captação de investimento.

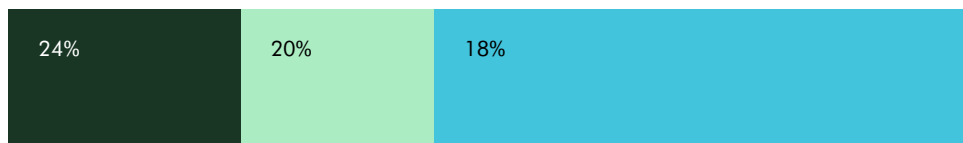
Apenas 24% dos inquiridos representantes destas organizações consideram que têm a “construção de narrativas bastante desenvolvida para envolver de forma eficaz as pessoas” com quem interagem.

Em que áreas/departamentos sente que a sua organização é pouco profissionalizada?



O desafio de construir narrativas envolventes e eficazes

Em relação a públicos-alvo, com qual das frases mais identifica o trabalho da sua organização?



■ Temos a construção de narrativas bastante desenvolvida para envolver de forma eficaz as pessoas com quem interagimos, revisitando regularmente conceitos e abordagens

■ Temos um guião bastante apreciado e reconhecido, mas sinto que o devíamos visitar e atualizar

■ Sabemos muito sobre os temas que são relevantes para a nossa atividade, mas temos ainda bastante para melhorar na construção de narrativas para envolver de forma eficaz os nossos públicos

O desafio da comunicação: canais e abordagens

[No início] Era eu e mais duas pessoas e, portanto, não éramos assim tantos. Hoje já somos mais, mas existiam várias áreas que nós tínhamos de dominar para que a associação pudesse crescer e o meu calcanhar de Aquiles até hoje é o website. Penso que há muito poucas pessoas interessadas em querer saber sobre websites e clima ao mesmo tempo. Uma pessoa que não vai ser paga, mas que vai trabalhar movida pela missão. Não é fácil...

No que toca à floresta e à educação de crianças, temos uma abordagem mais científica, mas agora estamos a tentar aprender a ser mais brincalhões, a ser mais livres no processo, a não ter temas muito fechados e a aprender com a parte mais social.

Em conversa de grupo, Organizações Ambientais

As fragilidades dominantes identificadas — financiamento e planeamento de médio prazo, capital humano e comunicação especializada — apontam, acima de tudo, para oportunidades de reflexão e de ação dirigidas. Importa destacar que já há muito bons exemplos de organizações que, conscientes destas condicionantes, têm aberto novos caminhos através de práticas de gestão e de sensibilização já assentes numa visão de continuidade e propósito de longo prazo.

Apoiar em continuidade

Dedicada à preservação ambiental e à promoção da biodiversidade, a Associação VERDE é exemplo da importância de se estabelecerem relações de confiança com as comunidades locais, absorvendo o conhecimento local adquirido ao longo de gerações. Essa confiança exige conhecimento técnico mas também a compreensão das necessidades locais, sendo os incentivos monetários um relevante ponto de partida. Acionando um ganho de curto prazo para os proprietários de terrenos florestais, estabelece-se um compromisso de longo prazo que cria espaço para um processo de mudança de mentalidade e comportamentos.

VERDE — Associação para a Conservação Integrada da Natureza

Queremos demonstrar o valor que estas árvores têm enquanto estão vivas, dado que, para a maior parte dos Cidadãos, as árvores só valem alguma coisa depois de serem cortadas e vendidas ou queimadas na lareira. A ideia é tentar reverter isto, garantindo o respeito pela parte cultural e social que as pessoas têm na ligação às florestas. Queremos encontrar soluções que permitam reduzir o impacto que temos sobre a biodiversidade, não prejudicando a vida das pessoas.

[...] E o que acontece é que, para realmente fazer uma transformação para demonstrar que a floresta nativa é um conjunto de fatores e a diversidade é importante, nós temos de lutar contra este conhecimento geracional. E para isso é necessário estabelecer relações de confiança muito fortes com as pessoas, antes de falar do que quer que seja, do ponto de vista técnico.

[...] Por percebermos que não há muito bem outra forma de o fazer, a curto prazo, tentamos estabelecer algum tipo de compromisso, com incentivos monetários, que nos permitam bloquear certas ações que iriam ter um dano no ambiente, no clima e biodiversidade.

E durante a vigência dessa atuação, nós queremos trabalhar diretamente com as pessoas e envolvê-las em todo o processo e explicar o que nós fazemos — restauro da propriedade, valorização das árvores, etc. Nós estabelecemos contratos de cogestão a dez anos com proprietários locais, em que eles recebem um incentivo monetário anual para implementar um plano de gestão. Mas, do ponto de vista do proprietário, ele não quer saber nada disto. Ele quer saber do incentivo económico, quanto vai receber ao final do mês, e saber o que é que vai acontecer à sua propriedade durante a vigência dos dez anos. Enquanto as pessoas estiverem em modo sobrevivência, se o dinheiro está em cima da mesa, ganhamos espaço para tudo o resto que é necessário para realmente criar uma mudança a longo prazo.

[...] Depois de implementarmos este plano, nós criamos um conjunto de ações de voluntariado, seja local ou de fora, na propriedade. Trazemos pessoas de fora que vão lá e o proprietário sente-se valorizado por ter pessoas interessadas em visitar a sua propriedade, que ele achava que não servia para nada. E é este trabalho de desbloquear que é fundamental. A primeira porta é a parte económica para depois conseguir-se implementar tudo o resto no envolvimento, no conhecimento, na transformação. E ir ao terreno do proprietário, mostrar-lhe pequenas coisas que ele nem sabia que existiam e que para nós são valiosas.

[...] Nós temos uma média de um ano de negociações com o proprietário para conseguir fechar um contrato. Agora tem sido mais fácil porque na realidade, os primeiros com que trabalhamos e conquistámos confiança são os nossos principais embaixadores.

À conversa com João Soutinho, Presidente da Direção, VERDE

Estruturar para chegar a mais

A Associação Rio Neiva, através do desporto de natureza, promove o contacto direto dos jovens com o meio ambiente, incentivando a consciência ecológica e capacitando futuros defensores do rio. É exemplo de como a aposta na estruturação da sua atuação permitiu alcançar um público mais vasto e fortalecer a sua missão ambiental. A captação de financiamento permitiu transformar atividades pontuais em programas regulares e mais abrangentes, com uma equipa mais diversa, em termos de formação, o que lhes permitiu enriquecer o seu trabalho e a sua rede de parcerias, chegando a um público mais vasto.

Associação pela defesa do ambiente e pela conservação do Vale do Rio Neiva

No discurso dos fundadores, se é educacional, temos de trabalhar com os jovens para os trazer para a temática natureza. Não basta este discurso do vamos defender o ambiente. Portanto, foi mais fácil cativar e chegar às crianças através do desporto, canoagem, por exemplo. Já passaram milhares de crianças pela Associação Rio Neiva, que foram praticantes do desporto de natureza, literalmente na água no rio.

Tal como a minha história, estas pessoas vão praticar um desporto na natureza, ter contacto direto com a natureza e com as alterações climáticas. São os próprios a acompanharem se há mais ou menos água, a erosão ou acumulação de areias, mais ou menos pássaros este ano... ao terem contacto com tudo isto, num futuro a 10–15 anos, serão eles os protetores e os embaixadores do rio.

[...] O primeiro projeto financiado que nós tivemos foi escrito por mim e por um amigo meu. Basicamente nós escrevemos aquilo que já se fazia na associação há dez anos. Foi um projeto que trabalhamos com Escolas, de sensibilização para a biodiversidade, que incluía os miúdos fazerem saídas de campo, observação, etc.

E era algo que nós fazíamos no nosso plano de atividades, uma vez por ano, com um amigo expert que fazia pro bono. De repente, há um programa que financia aquela atividade para que passe a acontecer dez vezes durante o ano e chegue a dez turmas distintas. Ou seja, a nossa vida não mudou propriamente em termos de atuação, mas passámos a ter mais capacidade para o fazer melhor e de forma mais estruturada, muito mais sólida.

[...] Somos parceiros oficiais do New European Bauhaus. Desde o primeiro momento já tivemos três projetos financiados pelo programa. Isto para dizer que trouxe novas disciplinas, novas abordagens, o que é muito interessante. E, mais ainda, novos públicos, porque continuamos a trabalhar ambiente e questões ligadas ao Rio [Neiva], mas adicionámos trabalhos etnográficos, documentários, exposições fotográficas. Portanto, outras artes que se explora e isso traz novos recursos humanos até para a própria equipa. Até então não havia design, não havia uma pessoa de cinema, não havia um historiador, que

agora temos. E a partir do momento em que trazemos essas disciplinas para fazer um cocktail de atividades mais interessante, trazemos também novos públicos e estamos a conseguir alcançar pessoas que vieram pelo cinema ou por questões ligadas à História, porque trabalhamos com centros de investigação, a Universidade do Porto, que traz a Academia para fazer estudos dentro de várias temáticas. Portanto, este foi um verdadeiro salto, não só financeiro.

À conversa com Rui Pedro Almeida, Presidente Associação Rio Neiva



Projeto multidisciplinar “Por um galho: intervenção social e artística pela natureza”, promovido pelo GRASSA–Grupo de Acção de Solidariedade Social de Antas, em colaboração com a Rio Neiva, em Esposende, entre 2021 e 2023, com o apoio da Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação “la Caixa”.

© Alberto Calheiros

Dos desafios de capacitação à força mobilizadora de uma rede

Há eventos que vão aparecendo, que juntam muitas associações, e é assim que nos vamos conhecendo uns aos outros. A partir daí, estabelecemos parcerias, percebemos quem é que está a fazer as mesmas coisas, ou mais ou menos as mesmas coisas, ou até coisas complementares. Acho que é muito através dessa informalidade dos eventos. O COOL é um bom exemplo, um evento muito bem estruturado.

Conversa de grupo, Organizações Ambientais

Para aumentar o impacto e a eficácia do poder agregador das Organizações Ambientais junto das comunidades, importa capacitar as organizações para que trabalhem com um horizonte temporal mais alargado, reforçando competências específicas para o planeamento, execução e monitorização. Mas importa também vencer o desafio de aumentar a colaboração e trabalhar mais em rede.

Neste tema, mais de metade dos participantes no questionário disse não fazer parte de nenhuma rede ou plataforma, um número que se aproxima dos dois terços se falarmos das associações dependentes exclusivamente de trabalho voluntário.

De facto, não se trata apenas de conhecer outras organizações que desenvolvem trabalho na mesma área. Mais de metade dos inquiridos concorda que conhece essas organizações, mas a percentagem desce para 41% quando se trata de colaborar frequentemente com elas. E desce ainda mais, para 27%, quanto à perceção de ser “fácil” colaborar com essas mesmas organizações. Nas palavras de um entrevistado: “Para compatibilizar um comunicado de imprensa entre várias associações, preciso de dez vezes mais tempo e isso é uma coisa que não tenho. Acabo por avançar sozinho e está resolvido.”

O DESAFIO DE TRABALHAR EM REDE

57%

não faz parte de nenhuma Rede/Plataforma comprometida com a sustentabilidade e com o clima

CONHECIMENTO

52%

organizações que conhecem bem o trabalho de outras a trabalhar na mesma área

COLABORAÇÃO

41%

organizações que colaboram frequentemente com outras a trabalhar na mesma área

EXPERIÊNCIA

27%

organizações que consideram ser fácil colaborar com outras a trabalhar na mesma área

Como reduzir, então, este diferencial entre conhecer os pares e trabalhar de forma mais colaborativa com eles?

Cerca de um quarto dos inquiridos (23%) já (re)conhece uma rede ou plataforma que considera relevante para um melhor trabalho das Organizações Ambientais. E apenas 10% considera que não precisa de uma estrutura deste tipo. Existe, por isso, uma oportunidade para a maioria dos inquiridos: criar ou dar a conhecer uma rede ou plataforma que suporte e potencie a sua ação. Mais do que uma rede de contactos, trata-se acima de tudo de estruturar e inspirar uma comunidade para ampliar a sua força conjunta e multidisciplinar.

Da sua experiência, existe alguma Rede/Plataforma, nacional ou internacional, que considere relevante no contributo para um melhor trabalho das Organizações Ambientais em Portugal?



O que se valoriza mais numa rede? A promoção de encontros temáticos que suportem a partilha e a colaboração vem naturalmente à frente. Relevante para mais de 70% dos inquiridos, segue-se a criação ou divulgação de programas de financiamento, a atualização científica com estudos e conteúdos relevantes sobre o ambiente, e o diálogo em rede para identificar e responder a necessidades comuns.

O trabalho em proximidade é essencial para uma compreensão mais profunda dos desafios da comunidade e para fortalecer a confiança através de um envolvimento mais eficaz. Já a criação e ativação de uma rede de trabalho bem estruturada tornam-se uma força motriz virtuosa, capaz de centralizar a partilha de conhecimento e difundir instrumentos de apoio, contribuindo para uma atuação mais eficiente e uma melhor avaliação de impacto.

Numa Rede/Plataforma de apoio à sua Organização, o que valoriza mais?



Agregar, partilhar e capacitar para um maior impacto

A Fundação Oceano Azul (Portugal), através da rede COOL, tem promovido a colaboração entre associações especializadas em diferentes áreas, reforçando a cocriação, evitando a duplicação de esforços e ampliando o impacto das iniciativas. Esse resultado vem de um esforço estruturado de partilha de experiências e conhecimento e de um apoio centralizado na promoção e comunicação de iniciativas, aumentando a sua visibilidade e alcance.

COOL (Convenção das Organizações para um Oceano Limpo)

O Oceano é fonte de vida e temos de fazer algo para parar o que está a acontecer e ajudar a recuperar o que já foi perdido. Sem oceano, não há o resto, não há Terra, pessoas, animais... E, por isso, o oceano é um ponto de partida.

[...] Falando das associações: nem todos têm de ser especialistas em tudo porque, senão, ninguém é especialista em nada, na verdade. Mas se temos uma organização que é especialista em aves, outra que é especialista em emissões [de gases de efeito estufa], se as associações acompanharem o trabalho uns dos outros, nem todos têm de fazer estudos e duplicar esforços. Com a rede COOL, o que temos estado a fazer é levar a que estas organizações conheçam o trabalho de outras, se sigam umas às outras, criem sinergias e trabalhem

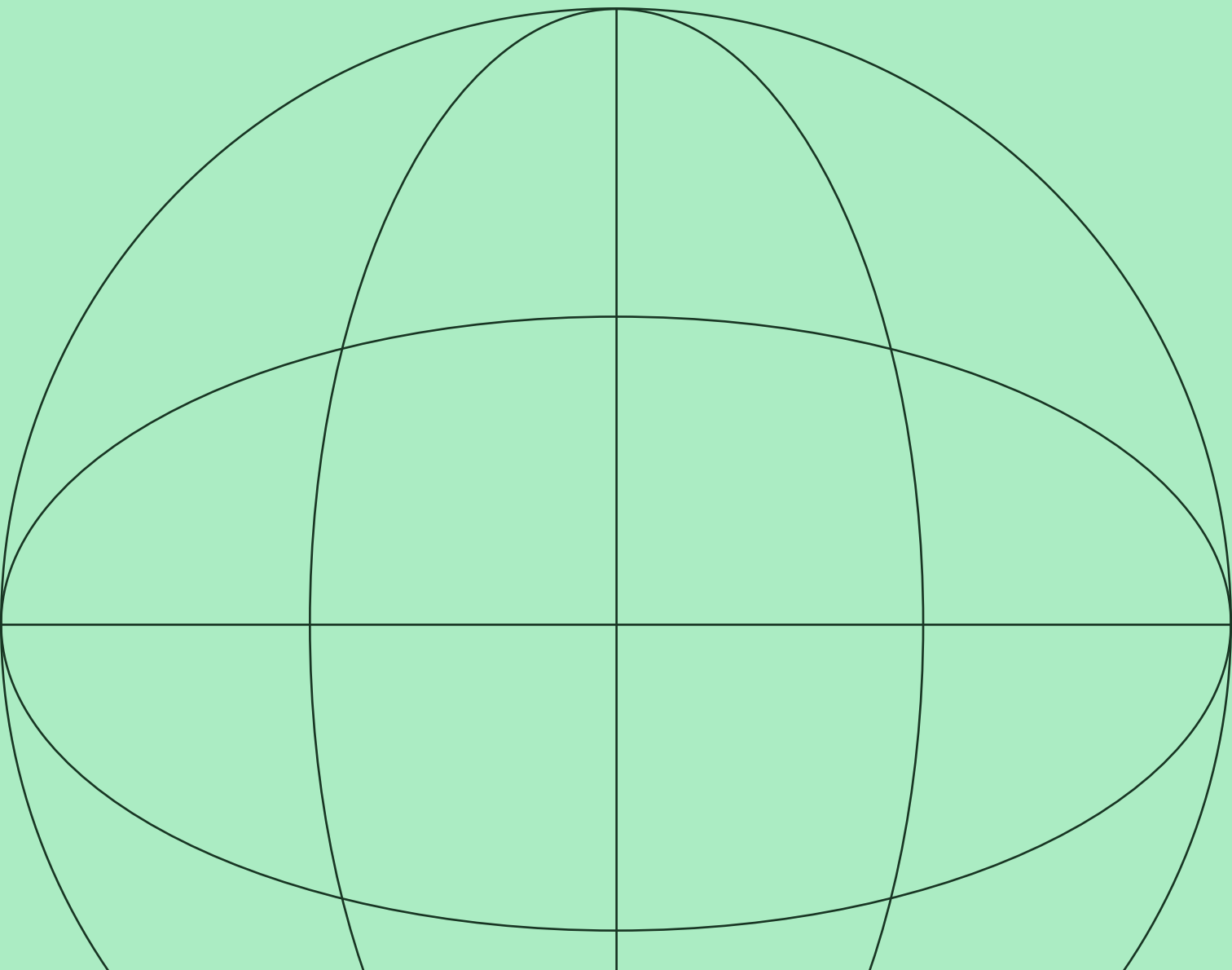
juntas. E temos conseguido que muitas destas organizações, que eram focadas só em lixo marinho — até porque algumas são pessoas com vontade de fazer algo em prol do ambiente e do futuro da humanidade mas não são especialistas em ambiente —, abram os seus horizontes e percebam que o [problema do] Oceano é muito mais do que o lixo na praia e que podem fazer mais, como associação e nas suas comunidades. E temos conseguido que apoiem projetos de outros, se envolvam, tragam mais pessoas e até que lancem novos projetos.

[...] Por exemplo, no Dia Internacional da Limpeza Costeira, assumimos um papel de rede informal, que mostra o trabalho destas organizações. Antes, podiam fazer uma ação de limpeza que só chegava aos seus seguidores.

Acabamos por promover as ações de comunicação. Temos no nosso website [da Fundação Oceano Azul] as várias iniciativas, temos um mapa com todas as organizações, com link direto para as suas redes e toda a informação sobre cada uma das atividades das organizações. Ou seja, temos esta estrutura para eles e que chegou a milhares ou milhões de pessoas naquele fim de semana — estamos todos juntos, por uma missão, pela colaboração e trabalho conjunto. [...] Começamos a detetar que havia muito desconhecimento: o que é lixo e o que não é? O que fazer depois? Muitas vezes estavam a recolher coisas que são para ficar no meio, porque são úteis ainda para todo o sistema (como algas) ... fomos começando a fazer todos os anos uma sessão de esclarecimento para perguntas e respostas e partilha de informação para todos os inscritos e também começámos a preparar um guia que foi sendo partilhado.

À conversa com Flávia Silva, Gestora de Projetos, Fundação Oceano Azul

As Organizações Ambientais como catalisadoras da mudança



O município tem o dever de ter a cidade bem organizada para que as pessoas se sintam bem, mas são as pessoas que fazem a cidade. Se há questões em que o município precisa de ser o gestor do espaço e promotor de iniciativas, então o município deve chegar-se à frente. Se as pessoas se organizarem para resolver problemas que as próprias pessoas causam, então esses esforços devem ser facilitados pela Câmara — dar a conhecer e multiplicar.

32 anos, Almada — Esforçado

Entre o desenho e a implementação de programas globais de resposta às alterações climáticas, tem-se evoluído na abordagem e na criação de conhecimento que promova a revisão crítica de estratégias para o desenvolvimento sustentável no mundo. ‘Pensar global e atuar localmente’, ‘não deixar ninguém para trás’ ou ‘justiça climática’ materializam esse processo de aprendizagem e a consciencialização de que é preciso agir em proximidade, integrar as diferenças e garantir apoio aos mais vulneráveis. Uma equação que exige tempo, continuidade e consistência, em contracorrente com o imediatismo e aceleração atuais.

As Organizações Ambientais — expostas às mesmas pressões de tempo e recursos — não estão livres de padrões estabelecidos que se revelam anacrónicos ao repto da sustentabilidade. Fruto das conversas com especialistas e grupos de discussão realizados no âmbito deste estudo, para investigadores, também envolvidos em iniciativas cívicas, a pressão de publicar artigos científicos reduz-lhes o tempo disponível para discutir o conhecimento produzido e acioná-lo junto da sociedade e organizações da sociedade civil. Para os coordenadores das organizações, a dinâmica de candidaturas e burocracia associada absorve tempo precioso para cooperar e dar continuidade aos programas. Para as equipas de trabalho, a dependência do voluntariado condiciona a gestão dos projetos.

Comprometidas com a causa comum, as **Organizações Ambientais** poderiam liderar uma força colaborativa e sistémica, em proximidade e a longo prazo. Mas como contrariar a pressão dominante e ser um agente transformador e agregador?

No bairro, cidade ou região, também há que olhar para o potencial de impacto das Empresas. Os Cidadãos apontam às Empresas atrasos significativos na resposta aos desafios ambientais, por isso importa convocá-las, pois são forças produtivas que podem acelerar a transformação.

As **Empresas** podem ser um bom suporte de comunicação — pelos seus canais próprios, mas também pelos seus espaços abertos ao público que comunicam com a comunidade de forma alargada. Podendo dar visibilidade às agendas de atividade das Organizações Ambientais, estes espaços podem ampliar a divulgação das organizações e cruzar-se mais facilmente com as pessoas, nas suas rotinas de bairro.

As Empresas são forças produtivas que importa sensibilizar. É preciso estimular potenciais Entusiastas e empoderar Esforçados nas equipas empresariais, pois serão forças aceleradoras de transformação, de dentro para fora.

É bom as associações conseguirem parcerias, ganhar o carinho de algumas empresas para a partilha ou mobilização. Acho que é importante, gosto bastante de participar, não só por mim mas também pela empresa.

35 anos, Carcavelos — Ocupado

A **Comunicação Social** desempenha um papel essencial nesse processo, atuando tanto na disseminação de boas práticas como no acompanhamento dos compromissos assumidos face aos progressos alcançados.

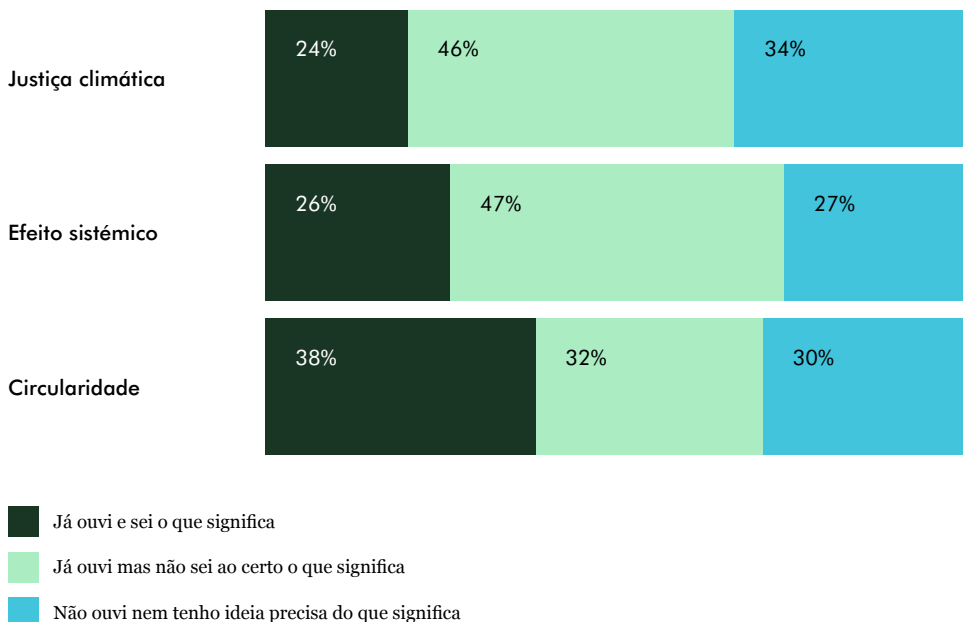
Sendo a principal fonte de informação dos Cidadãos sobre esta temática, a comunicação social tem um impacto direto na construção da agenda pública. Assim, iniciativas como a *Visão Verde* ou o *Público Azul* demonstram a importância de conquistar espaço para os temas ambientais na agenda mediática.

É, por isso, fundamental envolver os jornalistas desde a conceção das iniciativas, promovendo ações de sensibilização e formação dentro das redações. Quanto maior for o envolvimento destes profissionais, mais aprofundado será o seu conhecimento e melhor a qualidade do conteúdo. Mais do que relatores de iniciativas e resultados, os jornalistas são mediadores entre os factos e o público, e, para reforçar a credibilidade das suas notícias, é essencial assegurar transparência, objetividade e rigor na informação.

Como mencionado no início do capítulo, a constante evolução das estratégias de desenvolvimento sustentável introduz novos conceitos que precisam ser compreendidos e assimilados por Cidadãos e instituições.

Termos como “justiça climática”, “circularidade” e “efeitos sistémicos” ainda são pouco conhecidos pela maioria da população — entre 60% e 80% dos Cidadãos nunca ouviram falar dessas expressões ou não sabem exatamente o que significam. Nesse contexto, a comunicação social tem um papel decisivo na aproximação e no esclarecimento do público, tornando esses temas mais acessíveis e compreensíveis.

Novos conceitos que precisam de ser explicados



E, no que respeita ao **Ensino e à Cultura**, que oportunidades para ir mais longe?

As Organizações Ambientais, pela sua proximidade à comunidade, podem desempenhar um papel central na construção de um plano educativo integrado para a ação ambiental e climática, evitando iniciativas isoladas. Um programa estruturado permitiria assegurar continuidade ao longo do ano letivo e da vida escolar, promovendo um envolvimento sólido e progressivo de crianças, adolescentes e jovens adultos.

Assumir a sustentabilidade como um pilar da educação requer uma mobilização direcionada, que as Organizações Ambientais estão bem posicionadas para liderar. Ao integrar a Cultura nesse processo formativo e inspirador, ampliam-se horizontes, diversificam-se públicos e enriquece-se o impacto educativo. Essa convergência fortalece a transição para modelos sustentáveis dentro da comunidade.

E as **Autarquias**?

De um modo geral, o espaço público ainda não se apresenta como um modelo consistente de transição para a sustentabilidade.

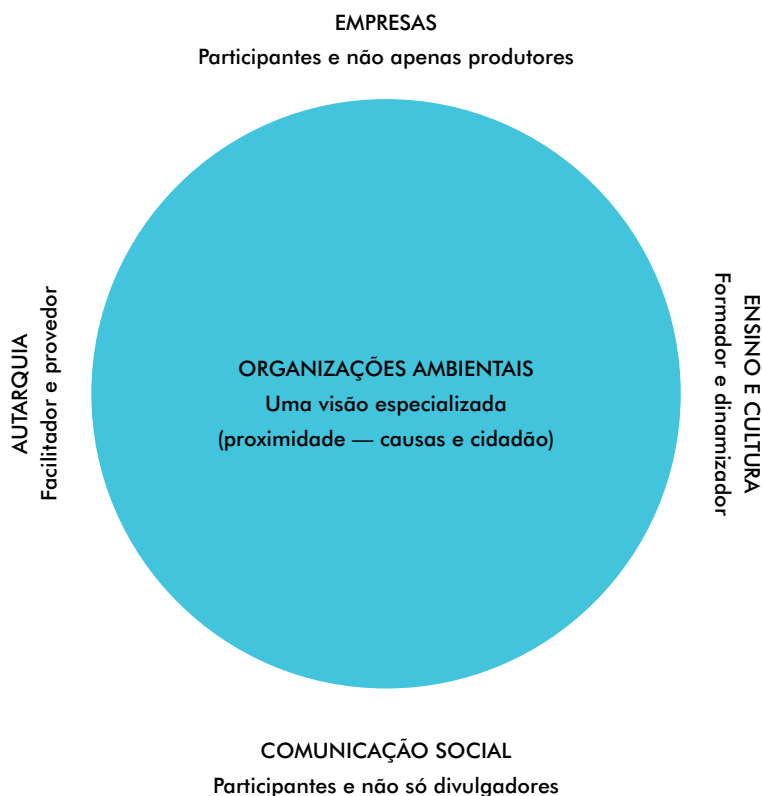
Como já vimos, as Autarquias são percecionadas com um potencial por realizar. No outro extremo, percecionadas muito positivamente, as Organizações Ambientais são reconhecidas como referência e destacam-se como agentes impulsionadores dessa mudança. E unir

essas duas forças — Autarquias e Organizações Ambientais — na construção de um plano mais informado, relevante e transformador pode revelar-se uma estratégia eficaz.

As Autarquias têm o poder de dar maior visibilidade às associações e fomentar espaços públicos de encontro informal. Além disso, podem fortalecer a comunicação e a capacidade de mobilização, permitindo uma escuta mais ativa da comunidade, facilitada pela proximidade que as associações promovem.

As Organizações Ambientais, por sua vez, são uma peça-chave na sensibilização e capacitação dos Cidadãos e destes ‘consórcios’ comunitários. Com a motivação e o conhecimento necessários, conseguem definir ações estratégicas, construir narrativas envolventes e estabelecer parcerias para tornar a transição sustentável um compromisso coletivo com impacto individual. Para que desempenhem esse papel de aceleradores da mudança, é essencial investir na sua capacitação e reconhecimento.

Aceleradores de esforços colaborativos, em proximidade e a longo prazo



Um centro para o clima

Na Póvoa de Varzim, a criação do Centro do Clima é um exemplo dessa vontade colaborativa enquanto força aceleradora de transição. Criado em 2023 pela Câmara Municipal da Póvoa de Varzim, em colaboração com o Biopolis da Universidade do Porto, a Junta de Freguesia de Rates, o apadrinhamento da Casa Comum da Humanidade e do Movimento de Transição, apresenta-se como um “espaço colaborativo dedicado à experimentação e ação na área das alterações climáticas e resiliência comunitária”.

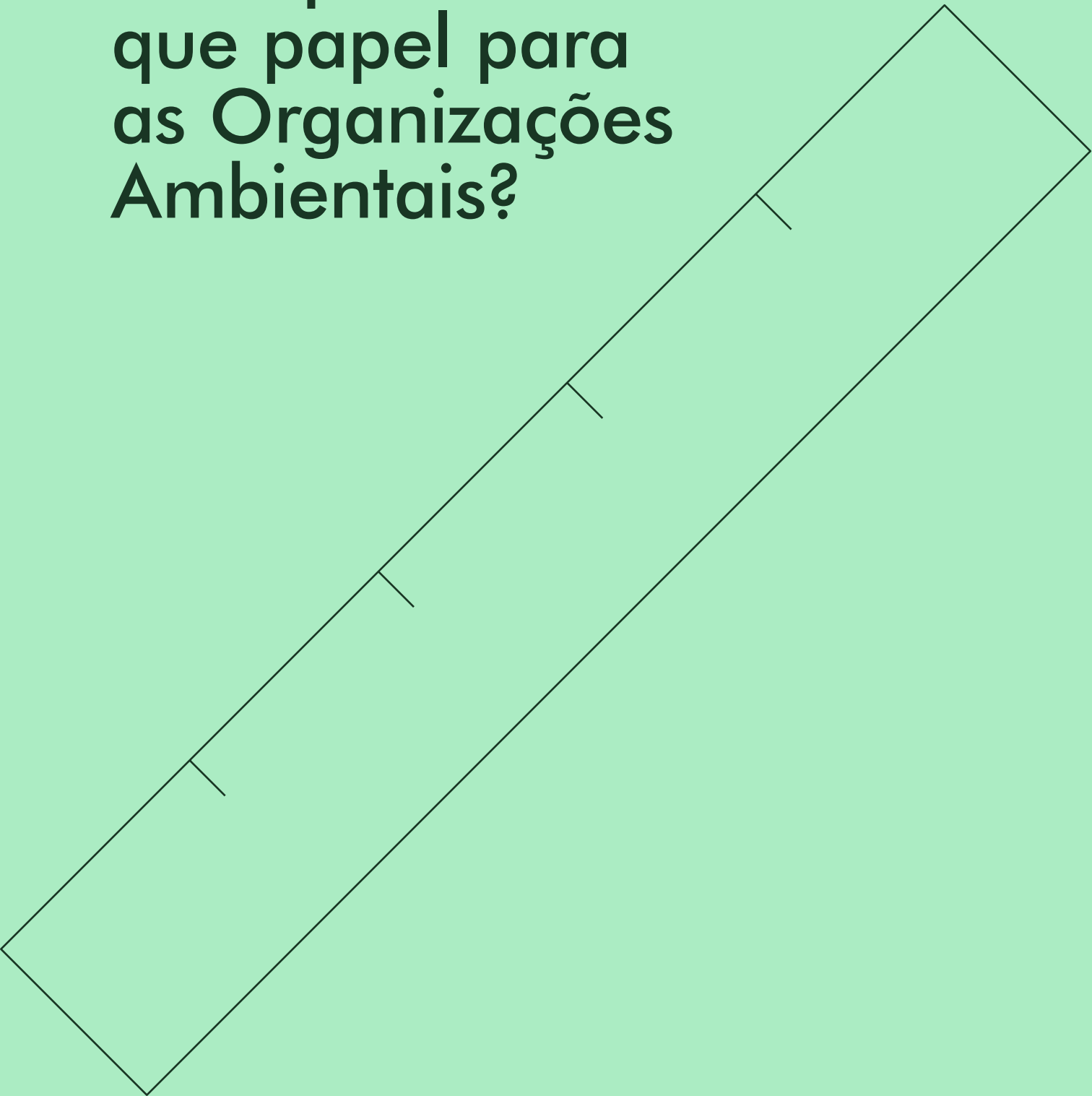
O seu projeto “Vidas em Transição” – 12 histórias de pessoas inspiradoras para uma maior sustentabilidade na Póvoa de Varzim” é um muito bom exemplo da proximidade que as organizações podem alcançar, dando voz a *Entusiastas e Esforçados* da comunidade que, em discurso direto, evocam os benefícios de novas rotinas, dando corpo a novas métricas de valorização dessas mesmas experiências.

Partilhar estas experiências para lhes dar escala e evolução é o próximo passo.



Pode esta abordagem colaborativa e local também transformar a forma como os jovens se envolvem? Face a preocupações como o aumento do custo de vida e o desemprego, de que maneira as autarquias podem facilitar a entrada dos jovens no mercado de trabalho? Que ferramentas de capacitação para a aquisição de competências podem ser criadas para valorizar a participação juvenil e os seus pontos de vista, promovendo a sustentabilidade e tornando a transição mais apetecível e real? Que pontes podem ser criadas ou reforçadas com as Escolas e as Organizações Ambientais?

**Medição
de impacto:
que papel para
as Organizações
Ambientais?**



Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) exigem um grande esforço para reunir dados e criar quadros de monitorização que permitam acompanhar as transformações e partilhar lições sobre as melhores práticas. Os dados sobre os resultados dos ODS continuam incompletos.

Para colmatar estas lacunas, será necessário integrar dados oficiais e não oficiais.

Jeffrey Sachs, Guido Schmidt-Traub, Mariana Mazzucato, Dirk Messner, Nebojsa Nakicenovic and Johan Rockstrom, *Six Transformations to achieve the Sustainable Development Goals*, (2019)

Os eventos climáticos extremos são cada vez mais frequentes e próximos, tornando urgente a necessidade de mudanças estruturais. A investigação tem indicado que a transição para soluções ambientais e climáticas eficazes deve ser conduzida de forma local e partir das motivações individuais para estimular novas práticas sustentáveis.

Essas mudanças dependem da validação e replicação de boas práticas, sustentadas pelo trabalho colaborativo entre instituições e Cidadãos. Monitorizar e medir resultados torna-se essencial, não apenas para comprovar benefícios, mas também para inspirar, capacitar e aprimorar abordagens, tornando a transição mais rápida e eficaz.

Os dados reforçam esta necessidade: mais de metade das organizações concorda que para “aprofundar o impacto do que fazem é importante sair da perspetiva de cada instituição e avaliar-se de forma integrada”, reforçando a importância de monitorizar colaborativamente e em continuidade.

Refletir sobre a melhor forma de medir o impacto do que fazem não é a primeira prioridade destas organizações absortas por necessidades básicas à sua atividade, desde as dificuldades financeiras à falta de capital humano. Contudo, são essenciais para que essa medição tome lugar.

Medir o impacto

Que métricas usa a sua Organização para avaliar o impacto das atividades desenvolvidas?



44%

concorda que “medem a participação e contactos, mas ainda não conseguem medir o impacto nos comportamentos, de forma consistente”

56%

concorda que “para aprofundar o impacto do que fazem é importante sair da perspetiva de cada Organização e avaliar de forma integrada”

Há também aqui uma oportunidade de, colaborativamente, através de uma rede eficiente, explorar novas fontes de informação e integrá-las. As organizações, no contacto próximo nas suas comunidades e regiões, têm exposição privilegiada aos fenómenos. Autarquias, Empresas, Escolas e espaços de Cultura são igualmente fontes relevantes de informação.

Numa era em que a produção de dados é constante, integrar esforços para cruzar dados de forma sistematizada e continuada é uma possibilidade. Mobilidade, consumos de energia e outros recursos são hoje medidos por entidades distintas. Atitudes, perceções e comportamentos, podem ser medidos de forma segmentada e localizada, através de questionários.

A pergunta que se impõe é: pode a causa comum de um planeta mais sustentável ser o catalisador para uma cooperação sistemática na medição de impacto?

O desafio para as Organizações Ambientais é assumirem um papel de liderança na concepção de um modelo de monitorização que integre os quatro fatores mencionados no Capítulo 2 deste estudo: Consistência, Escala, Impacto e Evolução.

Só com uma ferramenta de monitorização contínua será possível ajustar estratégias, acelerar transições e fortalecer organizações e demais entidades no esforço coletivo por um futuro sustentável.

O desafio final: pode o Terceiro Setor liderar o esforço de medição de impacto e consolidá-lo como prática comum?

Conclusão

Os resultados deste estudo refletem a complexidade do envolvimento dos Cidadãos portugueses com as questões ambientais e a transição para um modelo de sustentabilidade mais consistente. Observa-se que, embora haja uma consciência crescente sobre os desafios ambientais, a adoção de comportamentos sustentáveis ainda enfrenta barreiras significativas, desde limitações estruturais até à percepção do impacto individual.

Um dos principais entraves identificados é o desfasamento entre conhecimento e ação. Muitos Cidadãos demonstram compreender a importância de práticas sustentáveis, mas a sua aplicação no quotidiano nem sempre é uma prioridade. Questões como a falta de infraestrutura adequada, a percepção de esforço desproporcional e a ausência de incentivos diretos contribuem para essa lacuna.

Adicionalmente, observa-se que a participação ativa na causa ambiental está fortemente correlacionada com o envolvimento comunitário e institucional. O estudo destaca a importância das Organizações Ambientais, das Autarquias, das Empresas e da Comunicação Social como catalisadores de mudança. No entanto, a eficácia dessa influência depende da colaboração entre os diversos setores e da existência de uma estratégia de monitorização de impacto para a melhoria contínua.

Os jovens, em particular, representam um segmento crucial para o futuro da sustentabilidade. Apesar de terem crescido com maior exposição a temas ambientais, verifica-se que essa 'imersão' não garante uma adesão automática a comportamentos sustentáveis. A transição entre a infância e a vida adulta apresenta desafios específicos, sendo essencial reforçar a continuidade do envolvimento ambiental ao longo das diversas fases da vida.

No que diz respeito às Organizações Ambientais, são evidentes as dificuldades relacionadas com financiamento, comunicação e planeamento a longo prazo. A falta de recursos especializados impacta diretamente a capacidade dessas organizações de expandirem as suas atividades e alcançarem um público mais abrangente.

A principal reflexão que emerge deste estudo é que a transição para uma sociedade mais sustentável exige uma abordagem sistémica e integrada. A colaboração entre indivíduos, instituições e empresas é fundamental para criar um ambiente propício à mudança. A educação, a implementação de políticas públicas eficazes e a disseminação de boas práticas são peças-chave para acelerar este processo.

Por fim, reforça-se a necessidade de uma mobilização coletiva e de um compromisso contínuo para garantir que os desafios ambientais são enfrentados de forma consistente e eficaz. A sustentabilidade não é apenas uma responsabilidade individual, mas uma missão comum que exige esforço, compromisso e inovação de todas as partes envolvidas.

Bibliografia

Civic Engagement, Parlamento Europeu, 2020

Conta Satélite da Economia Social, INE, 2020

Diagnóstico das ONG em Portugal 2015–2024, Américo M. S. Carvalho Mendes, Filipe B. Pinto, Raquel Campos Franco, Francisco M. A. S. Martins da Rocha, Hélder Pires, Leonor Rodrigues, Mariana Vareta, Universidade Católica Portuguesa, 2024

E se ... Libertássemos a nossa imaginação para criar o futuro que desejamos?, Rob Hopkins, 2019

Flourishing: a Frank conversation about sustainability, John Ehrenfeld, Andrew Hoffman, 2013

Inquérito às Condições de Vida e Rendimento em Portugal, INE, 2024

Observatório internacional sobre clima e opinião pública, Ipsos Global, 2019 e 2022

Quality of life in European cities, Comissão Europeia, 2023

Six Transformations to achieve the Sustainable Development Goals, Jeffrey Sachs, Guido Schmidt-Traub, Mariana Mazzucato, Dirk Messner, Nebojsa Nakicenovic and Johan Rockstrom, 2019

State of Climate Update, Organização Meteorológica Mundial, 2024

What worries the World, Ipsos Global Advisor, 2024

Ipsos APEME

Autoria

Filipa Dias

Abordagem e Metodologia

Filipa Dias

Gabriela Correia

Marina Petrucci

Estudos

— **Quantitativo**

Isabel Rebelo da Silva

Marco Carreira

— **Qualitativo**

Ercília Cardoso

Susana Mota

Research Ipsos Global

Paulo Teixeira

Revisão Técnica

Joana Mateus

Fundação Calouste Gulbenkian

Coordenação

Sara Pais

Edição

Patrícia Fernandes

Sara Pais

Coordenação editorial

Ana Lopes

Design gráfico

Jorge Moreira

Impressão

Gráfica Maiadouro

Tiragem (2.ª edição)

200 exemplares

Lisboa, outubro de 2025

ISBN

978-989-8380-48-7

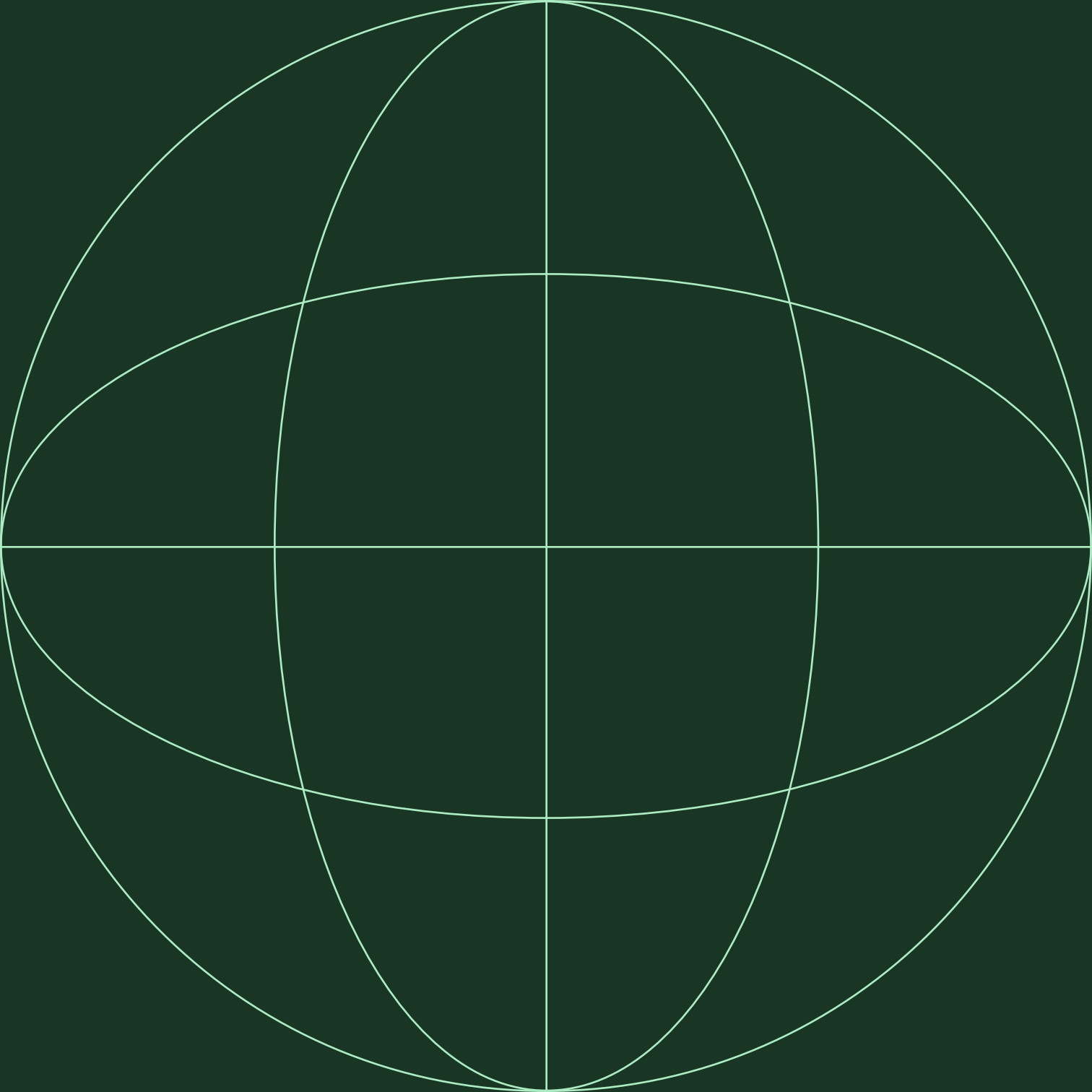
Depósito Legal

549956/25

A publicação *Clima de Mudança: Perceções sobre os desafios ambientais em Portugal* é da responsabilidade da Fundação Calouste Gulbenkian e resulta da adaptação de um trabalho de investigação encomendado à Ipsos APEME.

A Ipsos APEME agradece a disponibilidade e a participação dos vários especialistas e entusiastas dos muitos temas da sustentabilidade, entre clima, oceano, florestas, proteção e desenvolvimento do território, transição energética, entre outros. Um olhar cruzado que se revelou essencial na compreensão e atuação sobre o momento de transição que vivemos.

Ana Horta – Instituto Ciências Sociais, Universidade de Lisboa
. Ana Matias – Sciaena . Ana Rita Seiroco – Brigada do Mar .
Anabela Carvalho – Ciências da Comunicação, Universidade do Minho . Beatriz Faria – URZE, Associação Florestal da Encosta da Serra da Estrela . Cecília Delgado – Associação Alimentar Cidades Sustentáveis . Cláudia Sil – BlueZC . Daniela Simões – Associação BioLiving . Diogo Caetano – Associação Ecológica Amigos dos Açores . Emma James – Climate Outreach . Eunice Mais – Programa Z(h)ero . Flávia Silva – Oceano Azul Foundation . Francisco Ferreira – Zero . Gonçalo Carvalho – Sciaena . Joana Castro – Associação para a Investigação do Meio Marinho. João Soutinho – Associação Verde . Luís Afonso – FOCA, Focus on Critical Actions . Mariana Gomes – Último Recurso . Ophéie Reis – Ocean Patrol Association . Patrícia Louro – RAlA, Associação Transfronteiriça de Educação Ambiental . Patrícia Tavares – GEOTA, Grupo de Estudos de Ordenamento do Território e Ambiente . Paula Sobral – Associação Portuguesa de Lixo Marinho . Rafaela Prado – SOMAR, Associação de Conservação Marinha e Biocústica . Raquel Gaspar – Ocean Alive. Ricardo Barradas – Associação para o Estudo e Conservação dos Oceanos Ricardo Brandão – Associação Aldeia . Rita Sá – ANP|WWF, Associação Natureza Portugal . Ruben Galante – Ocean Liberandum . Rui Pedro Almeida – Associação Rio Neiva . Sara Moreira – PATO, Associação de Defesa do Paul de Tornada . Sara Rocha – Centro do Clima . Sílvia Gomes da Costa – Município da Póvoa do Varzim



GULBENKIAN.PT