FEVEREIRO 2023

2050.BRIEFING

SUSTENTABILIDADE • EFICIÊNCIA • INOVAÇÃO • MOBILIDADE • PESSOAS

TENDÊNCIAS

Os caminhos para 2023

JORGE DELGADO

SECRETÁRIO DE ESTADO DA MOBILIDADE URBANA



“Temos de conferir liberdade às pessoas

MOBILIDADE

Porto move-se pela qualidade de vida

ASSISTA À TALK

winworld inspiring the future apresenta

HAPPY CONFERENCE 2023

21 MARÇO 15:00



AMIR ZOGHI · CARLOTA R.FERREIRA · DEETTA JONES · LEIZER PEREIRA

Teatro Tivoli BBVA Lisboa & Live streaming

AN EVERYONE CULTURE

embracing diversity, equity and inclusion



ZÉ RICARDO · DINO D'SANTIAGO · BENEDITA S.NUNES · NATHALIA TOLEDO

Fotografe o QR Code para mais informações sobre o evento.

Mais informações sobre bilhetes e pacotes de grupo:
hcs@winworld.pt +351 910 694 646

Índice



4
Da mobilidade à liberdade
"Temos de conferir liberdade às pessoas". São palavras do secretário de Estado da Mobilidade Urbana, que, em entrevista, defende a necessidade de coragem para tirar a primazia ao carro.

11
Porto seguro
Tornar o Porto uma cidade segura para quem se desloca de bicicleta ou a pé. Eis uma ambição da autarquia, na visão do seu vice-presidente, Filipe Araújo.



28
Geração S
Ana Milhazes, adepta do movimento desperdício zero, é um dos rostos dos novos ativistas do ambiente. Conheça algumas das suas escolhas.



24
O que esperar de 2023?
A Ambientalista Imperfeita e Consultant & Activist 2050, Joana Guerra Tadeu, revisita o que aconteceu em 2022 no mundo da sustentabilidade, e estende o olhar por 2023.

Outros atores, novos olhares
Dez vozes do universo do desenvolvimento sustentável fazem-se ouvir sobre as novas tendências da sociedade e da economia.

29



2050.BRIEFING

2050.BRIEFING.PT

2050.BRIEFING é uma edição especial e parte integrante da revista Briefing.
DIRETORA-GERAL Sandra Silva | T. 967 088 124 | sandrasilva@newsengage.pt **DIRETORA** Fátima de Sousa | fs@briefing.pt
CONSULTANT & ACTIVIST 2050 Joana Guerra Tadeu **DESIGN** Ana Carvalheiro **PRODUÇÃO** Sara Sousa **PUBLISHER/PROPRIETÁRIO** Newsengage - Media, Conteúdos e Comunidades, S.A. **SEDE DO PROPRIETÁRIO, DA REDAÇÃO E DO EDITOR** Edifício Lisboa Oriente, Av. Infante D. Henrique, 333 H | 37, 1800-282 Lisboa T. 218 504 060 NIPC 506871711 **ADMINISTRADOR ÚNICO** João Paixão **DETENTOR DO CAPITAL SOCIAL** Mood Marketing - SGPS, S.A. (100%) **IMPRESSÃO** RPO - Produção Gráfica **DEPÓSITO LEGAL** 500502/22

É preciso **coragem** *para tirar a primazia ao* **Automóvel**

Jorge Delgado

SECRETÁRIO DE ESTADO
DA MOBILIDADE URBANA

Um cartão de transporte para as empresas e um bilhete único que permite circular entre áreas metropolitanas. Estas são duas medidas concretas que estão a ser desenhadas na Secretaria de Estado da Mobilidade Urbana e que visam incentivar o uso de transportes públicos, integrando-se numa estratégia em que a expansão do metro emerge como central, em Lisboa e Porto, e de que são igualmente eixos importantes a promoção da mobilidade ativa ciclável e pedonal. Em entrevista, o titular da pasta, Jorge Delgado, levanta o véu sobre as políticas e os propósitos.



Mobilidade ● Planeamento ● Cidades ● Ambiente ● Pessoas





O ecossistema da mobilidade é um tema de uma centralidade indiscutível. O que o torna incontornável na governação do País e das cidades?
De facto, os problemas da mobilidade ganharam uma centralidade enorme, nas últimas duas décadas, ao ponto de, hoje, o direito à mobilidade ser considerado uma espécie de direito fundamental. E ganharam essa centralidade por razões de diversa natureza, desde logo as que se relacionam com os problemas ambientais e com o facto de este setor ser responsável por 25% das emissões de gases com efeito de estufa. Mas, também por razões de natureza económica. A forma como nos movemos é muito ineficiente, desperdiçamos muito tempo, muita energia porque usamos modos que não são otimizados. E ainda por razões de justiça social, porque o direito à mobilidade permite criar maior igualdade de oportunidades.
Diria que, de uma forma genérica, o que precisamos é – e já referi algumas vezes esta citação do Gandhi – fazer mais, com menos, para mais. Por este conjunto vasto de razões que se interliga, temos o ecossistema da mobilidade como um ponto central das políticas.

Como é que a política que está a ser desenhada responde a estas várias dimensões da mobilidade? E como se compaginam a sustentabilidade e a inclusão?
Como linhas gerais de atuação, estabelecemos os princípios que sustentam as políticas concretas em três grandes ideias, associadas ao acrónimo ASI – Avoid, Shift e Improve. O que significa, desde logo, que temos de evitar um conjunto de viagens que são perfeitamente desnecessárias. Se a pandemia teve alguma virtude, uma delas foi demonstrar que o teletrabalho é possível, em exclusivo ou complementar ao trabalho, e com isso evitamos um conjunto de viagens; e mostrar que muitas reuniões que se faziam presencialmente se podem fazer utilizando os media

que estão ao nosso dispor, mais uma vez reduzindo as deslocações. Evidenciou a importância do desenho das cidades, de a forma como organizamos o planeamento urbano nas cidades evoluir para as cidades dos 15 minutos, em que estamos a uma walking distance, ou de bicicleta, do essencial do nosso dia a dia. É algo que começa a ser muito trabalhado e a influenciar os decisores.
Por outro lado, temos mesmo de transferir o modo como viajamos. Por razões que têm a ver com o aumento da capacidade económica das pessoas e com uma falsa imagem de estatuto social, o carro acabou por invadir as cidades de uma forma muito agressiva e muito intensa. Temos de fazer perceber que é preciso mudar os nossos hábitos, fazendo do transporte público a espinha dorsal. Mas, também, porque, sozinho, o transporte coletivo não será suficiente, promovendo outros modos de mobilidade. A mobilidade ativa – o andar a pé e o andar de bicicleta, que são as formas de nos movermos mais naturais, mais humanas – tem de recuperar um espaço que no passado já teve. Além disso, temos de criar condições para, quando o andar a pé, de bicicleta ou de transporte publico não é suficiente e precisamos mesmo de um veículo, fazer com que a mobilidade partilhada – os táxis e os TVDE – não seja um luxo, seja um instrumento ao serviço das necessidades.
É esta transformação a fazer. E temos de melhorar, nomeadamente a eficiência energética. Temos de descarbonizar os transportes públicos e o próprio carro individual, que não diabolizamos – tem é de reduzir a sua proeminência neste ecossistema e melhorar a eficiência, partindo para soluções "verdes", as soluções elétricas ou as potenciais soluções de hidrogénio, que estão a evoluir.

> **A maior parte dos sistemas apresenta crescimentos de utilização dos transportes públicos acima dos 50%, de 2021 a 2022**

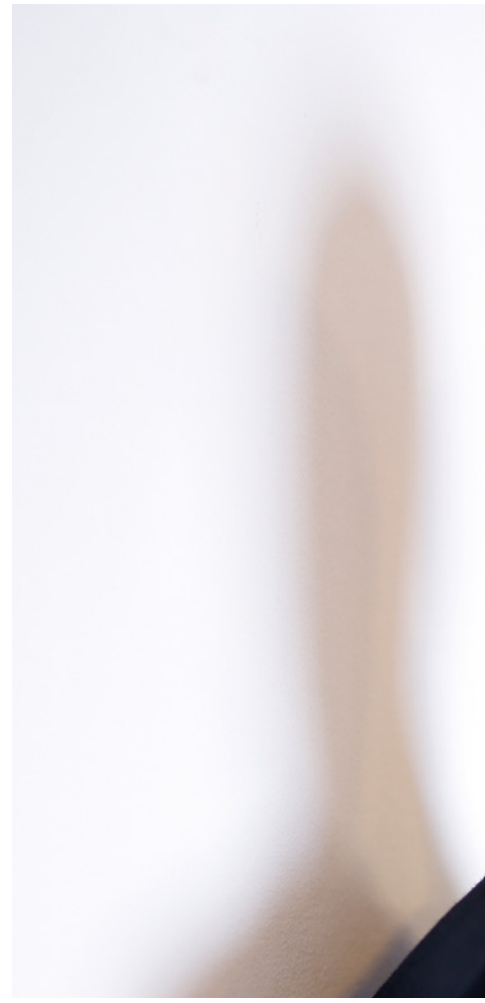
Sendo um desafio complexo, é igualmente virtuoso, como já o disse. Porquê?
É um desafio virtuoso, porque o problema que queremos resolver é o problema da vida das pessoas, da qualidade de vida, da qualidade do ambiente. Por si só, essa transformação, embora tendo algum custo, tem essa virtude. Porque, de cada vez que saímos do carro e passamos a andar ou a usar o transporte público, estamos a contribuir para a nossa saúde. Mas, tem virtudes também do ponto de vista económico, porque conseguimos maior eficiência económica se mudarmos os padrões de mobilidade.
Já nos habituámos a olhar para as grandes cidades e para os acessos com aquelas filas de trânsito enormes, mas, se pensarmos bem, no século XXI, este cenário já deve causar um pouco de vergonha a todos nós. Há uma imagem que tenho passado, e que ouvi há uma dezena de anos numa conferência, e que é a seguinte: perante um slide em que se vê uma grande avenida cheia de carros e uma pessoa num dos carros, com a mão encostada ao queixo, desanimada, alguém questiona o que se está a ver – uma pessoa metida num sítio pequeno, isolada, sem poder sair dali. É um pouco a imagem do que é estar preso. Temos de conferir liberdade às pessoas, libertando-as desta amarra.
A mudança vai custar, porque implica investimento e uma alteração de hábitos, mas é virtuosa.

Não é mudança que vá ocorrer no horizonte de uma legislatura. Ainda assim, a que distância estamos de obter resultados das medidas em curso?
É, como diz, um processo contínuo e longo, não se faz por decreto. É preciso que os investimentos aconteçam, que as políticas de facilitação de outros modos de transporte existam.
E que os hábitos das pessoas mudem. Vamos vendo, ao longo do tempo, que, a cada medida que conseguimos implementar, vamos melhorando a situação. Em 2019, por exemplo, com o aparecimento do programa de apoio à redução tarifária, demos um salto muito significativo na mudança de comportamento das pessoas. Registámos crescimentos na utilização de transporte público muito acentuados, nalguns casos chegaram aos 20%, o que foi fruto de termos passes que antes podiam custar até 100 euros e passaram a custar no máximo 40 euros, sendo que uma família não gasta mais de 80 euros para poder viajar na área metropolitana.
Claro que a pandemia veio baralhar este caminho que estávamos a fazer, porque as pessoas se desabituaram um pouco de andar de transportes públicos. É muito fácil regredir neste tipo de hábitos, pela sensação de comodismo – falsa, diria eu – que o carro

individual dá. Mas, estamos a reaproximar--nos. E estamos a fazer os investimentos necessários nas redes de metro das áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, estamos a financiar frotas de autocarros públicos mais confortáveis e mais amigos do ambiente, estamos a trabalhar nas estratégias da mobilidade ativa, seja a ciclável, que já estava implementada, seja a pedonal, cuja versão final está em vias de ser aprovada. Estamos ainda a trabalhar na mobilidade elétrica, bem como a articularmo-nos com as autoridades de transporte, capacitando-as para que possam desenhar soluções de transporte público flexível nas zonas de menor densidade, de modo a que constituam ofertas reais que as pessoas possam perceber que são úteis. E com os municípios trabalhamos no sentido de dar cumprimento ao que foi aprovado na Lei do Clima e que passa pela criação de planos de mobilidade urbana sustentável.
As cidades têm de se transformar, temos de ter a coragem de tirar a primazia ao automóvel ou, dito pela positiva, temos de ser capazes de criar planos que tornem, de novo, confortável, seguro e apetecível utilizar modos suaves e transportes públicos. Não podemos ter medo de incomodar um pouco o automóvel. Cada passo que damos é no sentido dessa transformação.

A propósito de investimentos, no Plano de Resiliência e Recuperação (PPR) há mais de 900 milhões de euros precisamente para a mobilidade sustentável. Quais são as prioridades para alocação dessa verba?
Ainda antes do PRR, estamos com obras no terreno, que irão ser concluídas até ao final deste ano ou durante o próximo, para expansão das redes de metro de Lisboa e do Porto, financiadas pelo PT2020. No Porto, está em curso o prolongamento da linha Amarela e a construção da linha Rosa, com aquisição do respetivo material circulante; em Lisboa temos a linha circular a evoluir a bom ritmo, com material circulante para acompanhar as necessidades que resultam de termos mais quilómetros de linha para operar.
O PRR será aplicado, fundamentalmente, em investimento nas redes de metro. No Porto, está para breve o lançamento do concurso para a construção da linha Rubi, que faz a ligação a Gaia, além de, pela primeira vez, uma solução mais ligeira, o BRT. É um bus rapid transit, um modo de circulação rodoviário, mas em canal dedicado, à semelhança do metro ligeiro.
Em Lisboa, acabámos de lançar o concurso da linha Vermelha, estamos a finalizar o desenho da linha Violeta, metro ligeiro que ligará as cidades de Loures e de Odivelas e que, aqui, fará interface com o Metropolitano de Lisboa. Além disso, financiamos de novo autocarros sem emissões, cujos contratos foram assinados no segundo semestre de 2022, estando a correr o processo de aquisição.

Voltando à dicotomia entre o transporte individual e o coletivo, segundo o Censos de 2021, assistiu-se a uma diminuição do uso de transportes públicos. O que está a faltar ou a falhar?
A pandemia teve um efeito grande nesse crescimento do uso do transporte individual, pois as pessoas regrediram naquilo que era uma evolução dos seus hábitos, caminhando no sentido do que nos parece ser uma maior comodidade. Também se colocou a questão da segurança, com algum receio de utilização dos transportes públicos, mas que já não se existe. Foi, provavelmente, a principal causa.
A boa noticia é que estamos a recuperar. A maior parte dos sistemas apresenta crescimentos de utilização dos transportes públicos acima dos 50%, de 2021 a 2022. Ainda não chegámos aos números de 2019, mas estamos convictos de, no fim de 2023, podermos dizer que estamos de novo nesse patamar.
É um objetivo que também tem muito a ver com a qualidade do serviço que prestamos. O facto de termos estado décadas com investimentos muito ténues ou mesmo com ausência de investimento nos transportes



públicos faz com que as pessoas não estejam disponíveis para uma mudança se não tiverem confiança no sistema, isto é, se os transportes não forem regulares, pontuais, se tiverem avarias. A robustez do sistema e a qualidade do serviço são um fator chave para que as pessoas percebam que a utilização do transporte coletivo lhes resolve os problemas.
E também há uma evolução ao nível da digitalização e da informação, para que os utilizadores tenham o que necessitam para, de forma muito fácil, fazerem o planeamento da viagem.



Muitas vezes, não é bastante utilizar um modo de transporte, pode ter de se combinar o autocarro com o metro e essa informação tem de ser muito acessível. Uma das transformações grandes foi a existência de um título de transporte único, que o programa de apoio à redução tarifária veio introduzir. Agora há algum trabalho de facilitação da informação e de indução de que planear a viagem é fácil.

Mencionou o conforto e essa é uma das razões que justifica, muitas vezes, o recurso ao transporte individual...
É um conforto relativo. Mas, é verdade que há aqui um problema de educação e de cultura, temos de trabalhar com todos os públicos nesse sentido. Estamos já a pensar numa medida que envolve as escolas; em primeiro lugar, vamos fazer uma análise de quais são as necessidades de mobilidade do público escolar, para, a partir daí, induzirmos os municípios a fazerem os investimentos necessários para tornar mais fácil e mais atrativo o uso de transportes alternativos ao automóvel. E, depois, vamos explicar isso às escolas.
Estamos também a trabalhar numa ideia relacionada com as empresas, que tem a ver com a criação de um cartão da mobilidade, um cartão em que a entidade empregadora pode oferecer aos seus trabalhadores um valor para ser utilizado em mobilidade, à imagem do cartão-refeição, e que possa ser utilizado – em termos ainda a definir – para a compra do passe, para uma viagem de táxi, para pagar a prestação de uma bicicleta. A solução não está ainda fechada, mas o espírito é este.

> “Acreditamos que, juntando a estratégia da mobilidade ativa pedonal à ciclável, teremos uma política corrente, interligada

A propósito de bicicleta: Portugal tem um plano de mobilidade ativa ciclável. Até que ponto as bicicletas são uma das respostas eficazes para a questão da circulação nas cidades?
Não tenho dúvidas de que são uma componente importante do ecossistema. Temos exemplos de cidades com condições climatéricas piores do que as nossas em que a realidade mostra que muitas pessoas adotam esse modo de transporte único ou complementar ao transporte coletivo. Também nós temos de o fazer. E estamos a fazer. As cidades começam a ter soluções de bicicletas partilhadas, mas há que desenhar o espaço público de forma a que a sua utilização seja confortável e segura. Esse desenho é imprescindível. Com a quantidade de veículos automóveis que existem na cidade, a sensação de insegurança

Bilhete único no País? A caminho

A 10 de fevereiro último, o secretário de Estado da Mobilidade deu a conhecer, em Coimbra, o projeto 1Bilhete.pt, que visa a criação de uma plataforma de bilhética intermodal de abrangência nacional. Orçado em 2,7 milhões de euros, vai permitir compatibilizar os tarifários das diferentes regiões.

Em entrevista ao 2050.Briefing, Jorge Delgado afirma que o objetivo é criar um padrão de tecnologia de suporte, aproveitando a experiência das áreas metropolitanas de Lisboa e Porto, mais avançadas nesta matéria. Desde logo, importa que estejam sintonizadas, que os respetivos sistemas comuniquem entre si. E, a partir daí, o caminho passa por criar um protocolo a que cada Comunidade Intermunicipal (CIM) possa aderir se quiser implementar um título de transporte único. "Quando todas as CIM tiverem adotado este sistema, podemos dizer que o título é todo o mesmo e pode ser usado em qualquer sítio", nota.

Esta é a peça mais recente no puzzle da estratégia de mobilidade, uma estratégia em que a rede de metropolitano é assumida como fundamental. Nas palavras do secretário de Estado da tutela, nas áreas metropolitanas, a necessidade de mobilidade é tão grande que não se resolve de forma eficiente sem ter como espinha dorsal o transporte público de massas. Daí os cerca de 4,3 mil milhões de euros comprometidos ou em curso desde 2015, com Jorge Delgado a sublinhar, a propósito, que esta verba equivale a cerca de 2% do PIB.

Em relação ao Porto, destaca a criação da linha Rosa, uma linha circular no centro da cidade, mas também o BRT (Bus Rapid Transit) da Boavista. E ainda o lançamento da segunda linha para Vila Nova de Gaia, a Rubi, que vai fazer a ligação ao centro do Porto em poucos minutos.

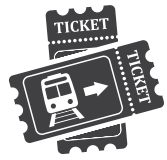
E em Lisboa realça o reforço da rede com a ambição de chegar a 2024 com 50 estações e mais de 46 quilómetros de linha. Para isso contribuirá a linha circular, um investimento que vai permitir acrescentar ao metropolitano cerca de 47 milhões de passageiros, por ano. Já a extensão da linha Vermelha à zona ocidental da cidade, cujo concurso foi recentemente lançado, vai somar outros 25 milhões de passageiros/ano à rede.

"Esperamos que, com uma oferta mais robusta de transportes públicos, a alteração modal seja real", comenta o governante, evidenciando o impacto ambiental destas medidas: com a linha Vermelha, a estimativa é evitar 24 mil toneladas de CO_2 por ano.

De acordo com Jorge Delgado, estes números são fundamentais para se atingir as metas definidas no Plano Nacional de Energia e Clima. Até porque – diz – nesse roteiro o horizonte para atingir a neutralidade carbónico é 2050, mas o governo propõe-se antecipá-lo para 2045. "E a mobilidade é chamada a esse esforço, uma vez que responde por cerca de 25% das emissões."



Como se move a estratégia do governo? Veja a entrevista na íntegra



Um bilhete único para o País? Saiba Como



De comboio, carro ou trotinete. Fique a conhecer os padrões de mobilidade de Jorge Delgado

de andar de bicicleta é real. Seja ao nível das regras de trânsito, seja de políticas de dissuasão da utilização do automóvel, é preciso criar condições para que a convivência salutar e segura dos dois modos seja possível.
Ao mesmo tempo, estamos a financiar a aquisição de bicicletas, dando um sinal às pessoas de que podem fazer essa mudança de comportamentos.

Portugal é um dos poucos países europeus com um plano para a mobilidade ativa pedonal. Está em consulta pública, mas, na essência, o que traz às cidades e às pessoas?

A estratégia pedonal, em bom rigor, já acabou a consulta pública, estando a ser vertidos para a estratégia inicial todos os contributos. Espero em breve ter a versão final para poder submeter ao Conselho de Ministros.
É uma estratégia que tem metas claras relacionadas com o aumento da quota modal de mobilidade pedonal, metas relacionadas com o desenho das cidades, no sentido de aumentar o número de vias em que são criadas boas condições para a circulação a pé, e ainda metas de saúde pública, que visam reduzir os níveis de sedentarismo.
Acreditamos que, juntando a estratégia da mobilidade ativa pedonal à ciclável, teremos uma política corrente, interligada.

A mobilidade é crítica para a qualidade de vida



Filipe Araújo

VICE-PRESIDENTE
DA CÂMARA MUNICIPAL
DO PORTO

A mobilidade é um fator decisivo para as pessoas e para a sua condição de vida e até de oportunidades. É esta a visão do vice-presidente da Câmara Municipal do Porto, Filipe Araújo, que, em entrevista ao 2050. Briefing, apresenta a estratégia de mobilidade como indissociável da sustentabilidade.

Se tivesse de definir a estratégia de mobilidade urbana da Câmara Municipal do Porto numa frase, qual seria?
Uma estratégia de sustentabilidade. Uma estratégia que tem em vista concretizar o grande desafio da cidade, que é contribuir para a neutralidade carbónica até 2030, e em que a mobilidade desempenha um papel fundamental, uma vez que, no Porto, é responsável por cerca de 40% das emissões.

Em termos práticos, qual a estratégia pensada para o município no que toca à mobilidade?
O Porto é um grande centro urbano, um centro que tem cerca de 230 mil habitantes, mas, costumamos dizer que gerimos uma cidade de meio milhão de habitantes, porque todos os dias muitas pessoas vêm para cá trabalhar, estudar, visitar-nos – e, portanto, o desafio da gestão e da estratégia da mobilidade é grande.
Temos uma característica que é o facto de a cidade ser atravessada por uma autoestrada, a VCI, que, de certa maneira, contribui para as principais dificuldades de mobilidade, no que diz respeito à rodovia. Estão, hoje, já criadas circunstâncias que permitem que esse atravessamento se faça por uma série de autoestradas que existem em redor, nomeadamente a Cintura Regional Externa do Porto.

> **Um grande desígnio de todas as cidades é conseguir que a maioria da população ande de transporte público em detrimento do carro particular. As obras em curso são absolutamente estruturais e mudarão a face do Porto em termos de mobilidade e mudarão também a capacidade competitiva da cidade**



Do que estamos a falar quando nos referimos a uma estratégia de mobilidade, depois de expurgarmos esses fatores, é de olhar para a cidade e de a tornar muito mais transitável, nomeadamente através de uma aposta clara nos transportes públicos. E, aqui, o que perspetivávamos há uns anos, e que hoje vemos acontecer, é um investimento grande, em variadíssimas áreas. Uma transformação estratégica e importante foi passarmos a deter outra vez a Sociedade de Transportes Coletivos do Porto [STCP], onde vamos continuar a apostar, de maneira a dar cada vez um melhor serviço de autocarros à população. Temos hoje um investimento grande na renovação da frota, com a maioria a gás natural, com uma componente já grande de elétricos e o objetivo de chegarmos a 40% dessa frota em 2030. Provavelmente, poderemos ir mais além, depende de alguma capacidade de financiamento, mas, em princípio este ano, teremos na cidade 68 autocarros elétricos. Temos também uma grande perspetiva no desenvolvimento das novas redes, nomeadamente a do metro, que inclui duas novas linhas. A linha Rosa, que está em construção, e outra que é o início da circular, muito importante porque neste momento o metro do Porto está muito construído à custa de radiais e precisamos de algumas circulares. Depois temos a linha Rubi, que vai atravessar uma nova ponte e ligar a Casa da Música a Santo Ovídio, permitindo captar muitas das pessoas que hoje usam o automóvel para entrar na cidade.
Em termos de grandes estruturas de transportes, estas medidas estão alinhadas com a ferrovia, cujo plano nacional prevê a linha de alta velocidade a passar por Campanhã, um grande eixo de intermodalidade. E com a



Um PLUS logístico

O Plano de Logística Urbana Sustentável (PLUS) é uma das peças da estratégia de mobilidade da câmara. O vice-presidente reconhece que a logística é fundamental nas cidades, mas nota que a pandemia veio exponenciar a globalização, na medida em que é possível ter dois, três, quatro transportadores por dia a fazer entregas na mesma casa de produtos adquiridos pela internet. "Ora, quando vemos isto à escala de uma cidade, estamos a falar de problemas, porque são milhares de veículos que circulam", comenta.

Para atenuar esta situação, a autarquia propõe-se trabalhar, no âmbito do PLUS, com todos os stakeholders desse ecossistema, numa lógica de aprendizagem conjunta e de estudo de outros modelos de logística. É o caso dos postos de proximidade. Um exemplo da sua aplicação prática é visível no lançamento da última concessão de um parque de estacionamento na zona histórica, que já previa um espaço para logística urbana. "A cidade tem de trabalhar em conjunto para ter uma estratégia na logística urbana, porque ela é importante para o desenvolvimento, mas também tem impacto na cidade e que temos de o saber mitigar", argumenta.

ligação ao norte permitirá que haja, claramente, um grande interland da ferrovia, com capacidade de trazer pessoas ao Porto e levá-las para todas as cidades e concelhos vizinhos.

Em termos de outros pontos estratégicos, os modos suaves, a questão da pedonalização e das ciclovias... todos esses aspetos se interligam, e, a partir do momento em que a cidade se vê dotada dessa capacidade de grande transporte de fluxo de pessoas, podemos começar a mudar o paradigma. E o paradigma será o das cidades, cada vez mais, assentes em transporte público e em que as pessoas se possam deslocar a pé ou através de outros meios que não a viatura própria. Hoje em dia, ainda cerca de 60% da população se desloca em viatura própria, o que temos, manifestamente, de alterar.

A propósito dos meios suaves, que planos existem para que ajudem a atingir os objetivos de mobilidade sustentável?

Os meios suaves são algo importante no Porto, até porque, como sabemos, é uma cidade que tem alguns desafios. Temos vindo a desenvolver a rede ciclável, com duas novas ciclovias, que vão ligar quer a Matosinhos, quer a Gondomar.

Temos investido muito em regular os setores dos modos suaves – as trotinetes, haver espaços específicos para estacionarem, monitorizar a sua utilização. Temos também, face ao investimento nos meios pesados – metro, ferrovia – e à disponibilização de soluções para que as pessoas, por exemplo, se desloquem ao centro histórico da cidade, tentado pedonalizar muito dessas vias; começamos com a Alexandre Braga, uma boa oportunidade, findas as obras do [Mercado do] Bolhão.

Mas, com estes novos meios de transporte na cidade, podemos ir mais além: falamos em expandir as zonas de acesso condicionado que temos ou em criar zonas em que diminuímos a velocidade ou, ainda, em tornar algumas zonas completamente pedonais. É uma estratégia que estamos a desenvolver no centro histórico, a reboque do investimento no transporte público, criando condições para a população aceder aos espaços, de modo a que continuem com vivência e até que se possam potenciar. As duas coisas têm de surgir em paralelo.

Em que é que se traduz o reforço de uma mobilidade mais amiga das pessoas, da economia e do ambiente?

As cidades competem entre si pela qualidade de vida. O Porto é uma cidade particular, tem mar, tem rio, tem à sua disposição uma grande oferta cultural, é uma cidade dinâmica e

Porto pelo clima

Filipe Araújo olha para o Pacto do Porto para o Clima como um instrumento tão importante que faz um convite a stakeholders, cidadãos, empresas e organizações para que contribuam para a descarbonização e para a meta da neutralidade carbónica em 2030. Segundo o vice-presidente da câmara, este desafio só pode ser conseguido se todos caminharem, em conjunto, neste sentido. O intuito passa, assim, por levar as pessoas a utilizarem mais o transporte público, levar as empresas a pensarem em beneficiar os colaboradores que se desloquem através desta modalidade, e por potenciar o seu uso por jovens e crianças, usufruindo, assim, da cidade.

vibrante e, obviamente, essa qualidade de vida também tem de estar ligada àquilo que são os fatores de sustentabilidade. Estamos a falar de uma cidade onde queremos que o princípio da sustentabilidade esteja ligado à qualidade de vida. E isto é absolutamente crítico. É por isso que investimos na descarbonização de frotas, seja a do município – 75% é elétrica ou hibrida plug-in, só não vamos aos 100% porque o mercado ainda não tem – seja a da STCP. E investimos na oferta de transporte público. Essa oferta está relacionada com a qualidade, está relacionada também com o tempo, e aí, por exemplo, temos um corredor de alta qualidade para os transportes públicos na Avenida Fernão Magalhães que permite que haja mais fiabilidade, os tempos serem cumpridos, maior rapidez, pois todos estes aspetos de sustentabilidade são também exigidos pelo cidadão.

> **Uma transformação estratégica e importante foi passarmos a deter outra vez a Sociedade de Transportes Coletivos do Porto**

Estamos a dar início a outra obra muito importante, que é o BRT, o Bus Rapid Transit, o novo corredor que vai circular na Avenida da Boavista, ligando até Matosinhos pela anémona e uma parte divergindo e fazendo o acesso à zona da Foz pela Marechal Gomes da Costa até à Praça do Império. Este sistema de transporte, que não é metro, mas é um sistema pré-metro, será fornecido por autocarros a hidrogénio com energia produzida nas próprias estações da STCP e que vão circular de quatro em quatro minutos.

O presidente da câmara afirmou que a política de transportes desenvolvida pelo município favorece uma mobilidade inteligente, integrada, inclusiva e sustentável. De que forma isso se concretiza?

Um aspeto absolutamente crítico no desenvolvimento da mobilidade na cidade é que vamos ter de ter, cada vez mais, a inteligência dos serviços digitais ao nosso dispor. Nomeadamente, através de um sistema de semaforização que estamos a instalar e que é uma mudança de paradigma, pois vai permitir gerir com base em dados, isto é, saber quantos veículos passam em determinada rua para adaptarmos os sistemas. Isso vai permitir uma maior intermodalidade. Além disso, temos o sistema Andante [de bilhete único] que nos permite circular em qualquer transporte e isso é absolutamente crítico. A estratégia da mobilidade passa por existirem centros intermodais à volta da cidade. Temos quatro terminais que fazem a transição das pessoas que querem entrar ou sair da cidade para o meio de transporte, nomeadamente para os da STCP. Só o terminal intermodal de Campanhã retirou mais de 1.000 autocarros por dia de dentro da cidade. É uma modalidade inclusiva: inclusiva quer dizer que estamos a potenciar que qualquer portuense o possa pagar e daí o sistema de redução tarifária ter permitido um passe mensal para todo o tipo de transportes – para autocarro, metro e comboio – a 30 euros por mês. Se formos uma família, pagamos 65 euros para toda a família e até aos 18 anos é gratuito. São centenas de milhares de validações por mês, de crianças e de jovens, que, provavelmente, os pais deixaram de levar à escola e que passaram a ir de transporte público. É este efeito geracional que queremos que aconteça, que é serem os jovens os primeiros a adotar o transporte público e a deixarem o veículo particular.

Os desafios das mobilidades múltiplas e desiguais

O que tem a mobilidade a ver com o género? Na ótica da autora, a relação existe e começa no planeamento das cidades e da rede de transportes, que, afirma, tendem a perpetuar as desigualdades.



MARGARIDA QUEIRÓS
Instituto de Geografia e Ordenamento do Território
Centro de Estudos Geográficos
Universidade de Lisboa

As cidades são, na prática, reiteradamente agressivas para as mulheres e, não raras vezes, as tornam invisíveis, pois são desenhadas sem consideração pelas suas experiências e necessidades

O novo paradigma das mobilidades tem origem na investigação de feministas, ao identificarem as diferentes experiências de deslocação entre mulheres e homens (derivadas dos papéis sociais que assumem) e as liberdades relativas e competências adquiridas (ou a falta delas) que as mulheres obtêm a partir da capacidade para se movimentarem na cidade ou nas deslocações para lugares distantes (Cresswell 2013; Faist 2013).

Criado pelo movimento moderno, o planeamento racional separou a residência do local de trabalho através das funções "viver–trabalhar–recrear–circular" (Carta de Atenas) que guiaram as políticas urbanas. O alerta foi dado para a urgência da desconstrução da história dominante do planeamento urbano, resgatando do esquecimento mulheres às quais foi negada, ou silenciada, voz na construção das cidades (Greed 2011; Madariaga 2013; Muxí 2018; Lages 2020). Suportado pela generalizada utilização do automóvel e do zonamento urbano, um uso do solo disperso foi surgindo e, consequentemente, as tarefas diárias ficaram dependentes de deslocações maioritariamente motorizadas. Ora, as mulheres continuam responsáveis pela globalidade das rotinas diárias (domésticas, de cuidado, entre outras) e ainda têm uma atividade profissional remunerada no mercado de trabalho. Em resultado, a sua cadeia de viagens é mais complexa do que o padrão (masculino) tradicional casa–trabalho utilizando preferentemente os transportes públicos e a caminhada. Dados recolhidos numa amostra de população residente na Área Metropolitana de Lisboa, em 2016, revelaram que a percentagem de deslocações semanais de automóvel é mais elevada nos homens (81%) em comparação com as mulheres (66%), enquanto elas usam mais o transporte público (30% mulheres e 16% homens) e modos ativos frequentemente. Em resultado da funcionalidade espacial herdada do racionalismo, e dos papéis de género, as mulheres – e outras pessoas que não encaixam no modelo dominante – precisam de uma maior quantidade e qualidade de ofertas (Queirós & Costa 2020). Todavia, no séc. XXI, as políticas de transportes urbanos, na sua maioria, ainda se assumem como neutras e universais (na conceção e/ou na avaliação), sem perspetiva de género, muito em particular, no que respeita à finalidade e frequência das viagens, modos, distâncias percorridas, pontos de paragem e tempos associados (Queirós 2022). E quando o fazem, estas políticas parecem continuar a assumir que a maioria das mulheres se encontra na esfera doméstica e os homens na pública.

Sendo supostamente lugares representados pelo acolhimento e de expressão das liberdades, as cidades são, na prática, reiteradamente agressivas para as mulheres e, não raras vezes, as tornam invisíveis, pois são desenhadas sem consideração pelas suas experiências e necessidades, revelando processos que sistematicamente obliteram as mulheres no planeamento urbano (Boccia 2016). Mais ainda, a crítica à cidade "do homem" quando considera outros marcadores sociais, como a classe, etnia, nacionalidade, idade, entre outros, torna estas inquietações mais desafiantes, mas muito necessárias à reflexão sobre a herança do racionalismo do século XX no planeamento urbano, a pertinência de quebrar o modelo socioespacial do passado, e a desconstrução dos papéis de género.

O novo paradigma das mobilidades serve ainda para pensar nas práticas do planeamento da mobilidade e suas implicações para atenuar (ou acentuar) as desigualdades; embora destaque formas específicas de mobilidade espacial relacionada com as mulheres, será ainda tanto mais proveitoso quanto reflita criticamente sobre políticas públicas que superem as dicotomias entre setores (ex. transportes, habitação, urbanismo).



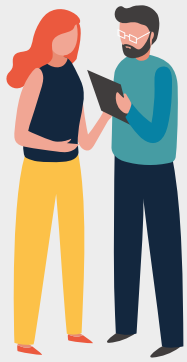
Colocar a cidadania no centro das decisões e ações

O que é uma cidade relacional? Que benefícios traz para as pessoas e para o ambiente? Quão longe se está de a colocar em prática? A estas e outras questões responde o arquiteto catalão Miquel Lacasta, docente na Escola de Arquitetura da Universidade Internacional da Catalunha e investigador na área da arquitetura biodigital. Esteve em Portugal, em janeiro, como orador da conferência "A Cidade Relacional".



Uma cidade relacional é...

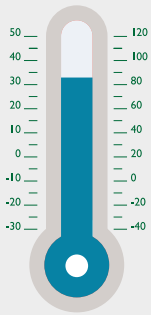
Para sintetizar, embora correndo o risco de deixar muitos aspetos de fora, uma cidade relacional define-se por ter uma escala humana, por ser compacta, densa e próxima, por ser uma cidade saudável e muito "verde", muito renaturalizada. É uma cidade com um espaço público de grande qualidade. Em suma, uma cidade relacional é aquela que colocou a cidadania no centro de todas as decisões e atuou em consequência.



Lugar às pessoas

Se colocarmos os cidadãos no centro das decisões, não colocamos os carros, pois não? Porque uma cidade relacional é uma cidade em que a cidadania reconquista o espaço público, em que o trânsito está pacificado e em que se pode passear, brincar na rua. Uma cidade relacional é aquela em que a arquitetura está ao serviço da cidade e do urbanismo e não o contrário. Uma cidade relacional aspira a que os cidadãos tenham múltiplas oportunidades de trocar experiências, de aprender, de crescer intelectualmente na cidade.

Termómetro da sociedade



A cidade sempre foi o termómetro mais fiel do estado em que se encontra uma sociedade. Torna-se uma radiografia muito complexa e de muitas camadas em que se pode ler o momento de força ou de fraqueza da economia, da tecnologia, da cultura, da profundidade dos problemas sociais. E tudo isso é impulsionado pelas relações humanas. Se a cidade não contribui para reter talento, se não permite que se deixe voar a imaginação e se não configura hubs de criatividade, a qualidade das relações humanas será pobre e o crescimento da cidade será de pouco valor.



Tempo de transporte vs tempo de desporto

A mobilidade urbana deve focar-se em transformar o tempo de transporte em tempo de desporto. Significa isto que, se uma cidade é próxima, se me permite ir a pé ou de bicicleta a uma boa parte das obrigações semanais, isso faz com que as minhas deslocações se convertam em desporto de baixo impacto que melhora a saúde, melhora o bem-estar, melhora a qualidade de vida e a qualidade do ar, por se optar massivamente por meios de transporte não poluentes. A equação é muito fácil de entender no papel e muitas cidades europeias já a estão a aplicar.



Círculo virtuoso

A todos os benefícios anteriores, juntam-se benefícios psicológicos, ambientais e, claro, económicos e sociais. Geram-se tecidos associativos, colaborativos e solidários. E os cidadãos sentem-se acompanhados pelas suas comunidades, E, finalmente, quando se consegue que uma cidade entre no círculo virtuoso da cidade relacional os benefícios aumentam de forma exponencial.



O tempo das cidades

Conceptualmente, não há obstáculos. É fácil estar de acordo com as propostas de valor da cidade relacional porque não deixam de ser propostas que assentam no senso comum e numa visão holística de muitas ideias e conceitos que o relacional coloca em evidência. A dificuldade principal reside no facto de os resultados de se aplicar os princípios de uma cidade relacional não serem visíveis imediatamente. Não são evidentes a muito curto prazo. O tempo da arquitetura é de cinco a seis anos entre o desenho e a construção e o tempo da cidade é, muitas vezes, maior, se queremos desenvolver um novo bairro. Não é uma questão de fazer tábua rasa, antes pelo contrário, é ir movendo o curso, constantemente, pouco a pouco.

Vila Nova de Gaia a caminho



Há cidades como Ivry-sur-Seine, em França. Paris, Hamburgo ou Estocolmo estão atuando nesta linha em muitos aspetos, também Barcelona o faz com as super ilhas e, claro, Vila Nova de Gaia. Talvez não se use explicitamente a palavra relacional, mas muitas das políticas e das iniciativas que estas cidades estão a adotar seguem esse caminho de uma forma muito clara.

Já ontem se devia **caminhar** para uma **mobilidade sustentável**

Estamos no ano 2023, em Portugal, onde 1,6 milhões de indivíduos se deslocam entre regiões por motivos de estudo e 3,8 milhões por motivos de trabalho – os dados são da Marktest. Resta saber quantos se movimentam de forma sustentável, aqui e no mundo. É que, de acordo com a publicação digital especializada em pesquisas e dados sobre mudanças nas condições da qualidade de vida Our World in Data, em 2018, o setor dos transportes foi responsável por cerca de um quinto das emissões de dióxido de carbono ($C0_2$), o que corresponde a oito mil milhões de toneladas deste composto químico. A eletrificação dos transportes é, assim, um elemento fulcral para o cumprimento das metas de mobilidade do futuro, tendo impacto direto em termos ambientais e energéticos.

Mas, afinal, o que é a mobilidade sustentável? A associação WBCSD – World Business Council for Sustainable Development define-a como a capacidade de dar resposta à necessidade da sociedade de se deslocar, comunicar, e estabelecer relações livremente, sem sacrificar outros valores humanos e ecológicos. Para que esta ocorra, é necessária a integração de um sistema de transportes sustentáveis, que responda às necessidades da sociedade, com segurança e de forma compatível com a saúde humana e meio ambiente. Ademais, este sistema deve ter em conta soluções eficazes que apoiem a economia e o desenvolvimento territorial equilibrado, que limitem emissões e resíduos, e, ao mesmo tempo, que minimizem o impacto sobre o uso do solo e a poluição sonora.



Nas próximas décadas, prevê-se um crescimento na procura de meios de transporte, com um aumento de 60% do índice de aquisição de viatura própria. No entanto, é necessário encontrar alternativas à utilização do transporte automóvel individual, tais como: a mobilidade suave – andar a pé ou de bicicleta; complementada com a multimodal – utilizar transportes públicos, quando

A aposta na utilização de gás hidrogénio é fundamental para a concretização da estratégia de mobilidade sustentável, uma vez que é o futuro da energia limpa, segura e acessível, devido ao tipo de bateria que é utilizada – menos potente e de tamanho reduzido

A palavra aos protagonistas da mudança

Que novos caminhos se desenham em Portugal para uma mobilidade urbana mais sustentável? Como se adaptam as cidades? E que novos hábitos conduzem os cidadãos neste destino? São perguntas a que a talk que acompanha esta edição do 2050. Briefing procura responder. Com a visão de dois protagonistas da mudança a nível político: o secretário de Estado da Mobilidade Urbana, Jorge Delgado, e o vice-presidente da câmara do Porto, Filipe Araújo. E com quatro vozes de quem faz dos modos suaves de mobilidade o dia a dia: a estudante Vera Paixão, o advogado João Teives, o empresário Álvaro Pinto e o operador de imagem Miguel Moreira. Do cruzamento dos vários testemunhos emerge uma certeza: a transformação está em curso.

ASSISTA À TALK

não for possível fazer o percurso com recurso à mobilidade suave.

O transporte público e coletivo é fulcral para áreas de elevada densidade, onde a poluição e o tráfego são prejudiciais; todavia é necessário que seja centrado nos utilizadores, apresentando-lhes alternativas económicas, acessíveis e ecológicas. Além disso, para a transição sustentável, são necessárias soluções de mobilidade partilhada através de plataformas, como as bicicletas, trotinetes, e-scooters, especialmente para a redução significativa de trânsito, de acidentes rodoviários e do uso de veículos privados; e para o aumento do espaço urbano resultante da redução de lugares de estacionamento.

A auxiliar, na eficiência de todo o sistema, para que todos os transportes sejam mais limpos e as cidades mais inteligentes, podem estar tecnologias digitais facilitadoras de uma mobilidade automatizada e sistemas inteligentes de gestão de tráfego. Tudo isto deve ser sustentado num planeamento urbano inteligente, claro e alinhado com o desígnio de mobilidade sustentável. Segundo a ENEA – Estratégia Nacional de Educação Ambiental, é essencial a consciencialização dos cidadãos para a importância do planeamento na boa relação entre locais de habitação, emprego, estudo e recreação; e de colocar a mobilidade sustentável no centro das decisões.

Daqui a 27 anos, em 2050, o Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT) prevê que quase todos os veículos motorizados vão ser de emissões nulas, que o tráfego ferroviário de mercadorias irá duplicar, e que haverá uma rede transeuropeia de transportes multimodal preparada para alternativas mais sustentáveis e inteligentes.Até lá, há que continuar a traçar um caminho na procura de alternativas para uma mobilidade (mais) sustentável e que não seja só de futuro, mas já de presente.

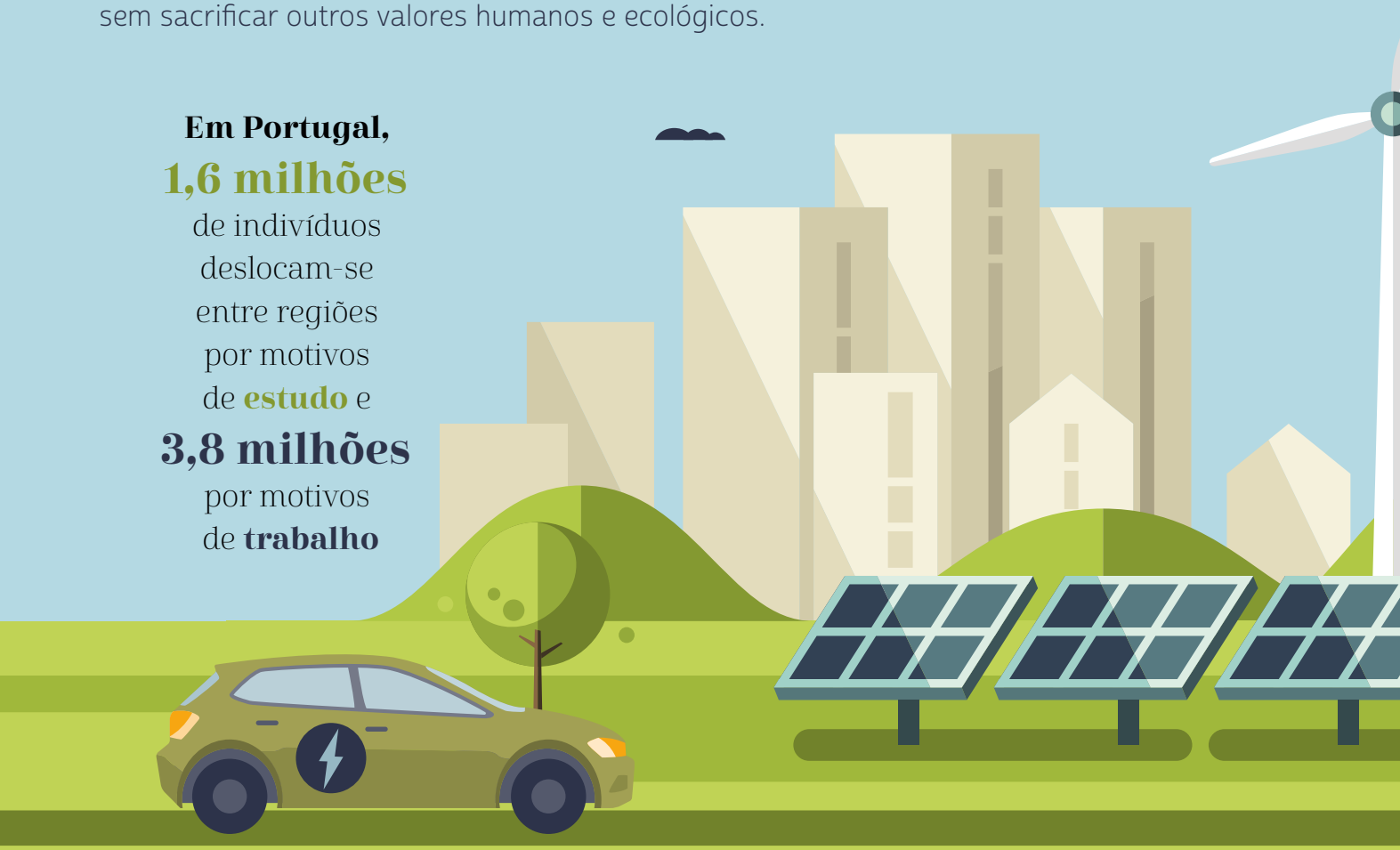
A substituição direta de combustíveis fósseis por biocombustíveis é uma alternativa viável e pronta a implementar no setor automóvel, cumprindo assim com os objetivos do Green Deal para a redução das emissões de CO_2 em 55% até 2030, e o alcance da neutralidade carbónica em 2050



Um caminho (mais) sustentável

Mobilidade sustentável é a capacidade de dar resposta à necessidade da sociedade de se deslocar, comunicar e estabelecer relações livremente, sem sacrificar outros valores humanos e ecológicos.

Em Portugal,
1,6 milhões
de indivíduos
deslocam-se
entre regiões
por motivos
de **estudo** e
3,8 milhões
por motivos
de **trabalho**





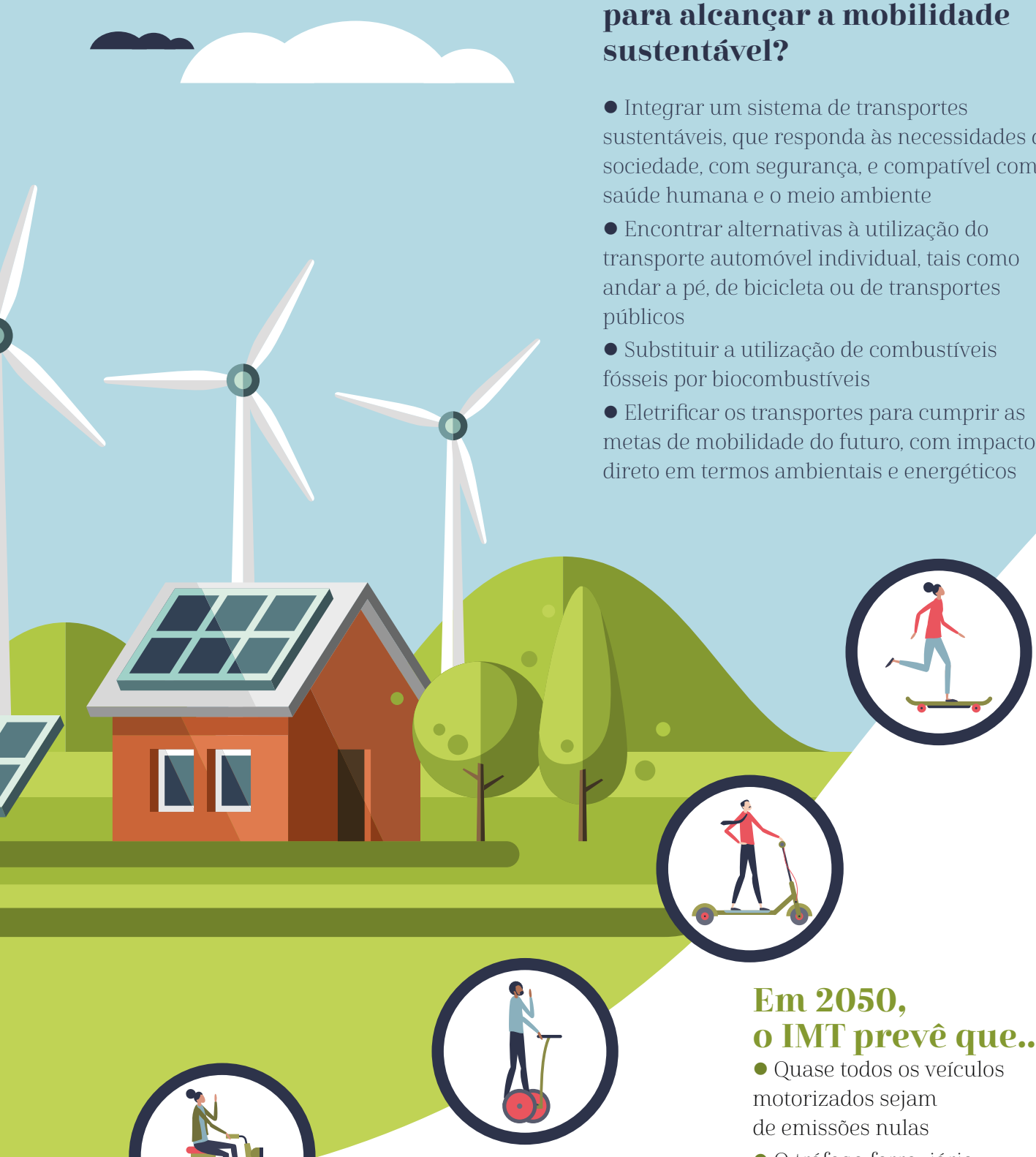


Em 2018,
o setor dos transportes
foi responsável por cerca
de 1/5 das emissões de dióxido
de carbono, totalizando oito
mil milhões de toneladas
deste composto químico

A duração média
das deslocações
para estudar
ou trabalhar é de
20 minutos

Mas, afinal, o que é necessário para alcançar a mobilidade sustentável?

- Integrar um sistema de transportes sustentáveis, que responda às necessidades da sociedade, com segurança, e compatível com a saúde humana e o meio ambiente
- Encontrar alternativas à utilização do transporte automóvel individual, tais como andar a pé, de bicicleta ou de transportes públicos
- Substituir a utilização de combustíveis fósseis por biocombustíveis
- Eletrificar os transportes para cumprir as metas de mobilidade do futuro, com impacto direto em termos ambientais e energéticos



Para a transição sustentável, é necessário adotar soluções de mobilidade partilhada através de plataformas, como é o caso das bicicletas, trotinetes, e-scooters

Em 2050, o IMT prevê que...

- Quase todos os veículos motorizados sejam de emissões nulas
- O tráfego ferroviário de mercadorias vá duplicar
- Haverá uma rede transeuropeia de transportes multimodal preparada para alternativas de transportes mais sustentáveis e inteligentes

Um novo futuro para a mobilidade?

O 1.º Barómetro de Mobilidade da Europ Assistance traça o cenário dos hábitos de utilização de meios de transporte em seis países europeus, Portugal incluído. Entre as conclusões emerge a prevalência da viatura privada, mas o crescimento dos modos da chamada micro mobilidade, como andar a pé ou de bicicleta, é também notório. Quanto aos veículos elétricos, são uma tendência, mas ainda há barreiras a superar. Uma conclusão, porém: os comportamentos dos europeus estão a mudar. Por razões económicas e de sustentabilidade.

Os hábitos de mobilidade dos europeus estão a mudar. E os portugueses não são exceção, com esta alteração de paradigma a ser uma das principais conclusões do 1.º Barómetro de Mobilidade da Europ Assistance, realizado pela consultora Ipsos.

É verdade que, de acordo com este estudo – que envolveu seis mil entrevistas, mil por cada um dos países abrangidos, a saber Portugal, Espanha, França, Bélgica, Itália e Alemanha –, a grande maioria dos europeus ainda conduz regularmente um carro. Mas a mudança fica bem patente quando se verifica que o veículo particular não é o primeiro meio de transporte, ficando atrás da mobilidade pedonal, uma das formas de mobilidade ativa suave. Outro sinal dos novos hábitos é o facto de praticamente metade dos europeus também utilizar a bicicleta como alternativa. E as elétricas são adotadas por uma em cinco pessoas.

Mas, o que poderá explicar esta inflexão? No atual contexto de inflação e de crise energética, as razões económicas são determinantes: afinal, a mobilidade corresponde a um orçamento mensal significativo, com a média dos seis países a situar-se nos 133 euros, mas Portugal a apresentar uma fatura superior, de 150 euros. As preocupações com a sustentabilidade emergem com uma relevância crescente, mas as alterações nas formas de trabalhar – com o advento do teletrabalho e do trabalho híbrido – também pesam nesta equação.

Ademais, a pandemia de Covid-19 veio igualmente impulsionar novos comportamentos, com andar a pé, de bicicleta ou trotinete a ganharem adeptos, ao mesmo tempo que, provavelmente por receio de contágio, decrescia o uso de outros modos de transporte, como a partilha de boleias ou os transportes públicos. E estes hábitos parecem ter vindo para ficar, de acordo com o barómetro da Europ Assistance: é que nas intenções dos inquiridos andar a pé está cada vez mais no horizonte, com o recurso a outros meios de transporte, incluindo viaturas pessoais, a perder predominância nas escolhas.

Os números são a prova do cenário evidenciado por este inquérito realizado, online, entre 29 de novembro e 9 de dezembro.

Assim, na Europa, o uso de automóveis continua a prevalecer: 29% dos europeus usam-no nos dias de semana e 31% ao fim de semana. Em Portugal, os números sobem: 37% andam de carro nos dias úteis e 86% destes usam-nos mais do que uma hora por dia; enquanto 40% faz esta escolha ao fim de semana, com 85% a utilizarem mais do que uma hora por dia. Nos seis países abrangidos pelo estudo, só Itália apresenta valores de utilização da viatura pessoal superiores aos portugueses – 92% aos dias de semana e 87% aos dias de semana. No outro extremo do espetro está a Alemanha, com 75% e 70%, respetivamente.

Itália e Alemanha juntam-se, no entanto, como os dois países destes seis em que a mo-

Seis em dez inquiridos comprariam um veículo se fosse certificado por um especialista em assistência automóvel da Europ Assistance

Ao raio-X

- Um terço dos automóveis foram adquiridos nos últimos três anos;
- Mais de metade dos automóveis em Portugal faz menos de 10 mil km/ano;
- 58% dos carros comprados em Portugal são a pronto pagamento;
- Em Portugal, 38% dos carros são comprados num concessionário do fabricante, versus uma média europeia de 53%; 24% são adquiridos a um particular, o valor mais alto da Europa;
- Metade dos portugueses faz revisão/manutenção pelo menos duas vezes ao ano;
- 38% valoriza a existência de veículo de substituição na hora de escolher a oficina ou o concessionário para assistência.

bilidade ativa suave, isto é, o uso de bicicletas é maior: 48% e 50% dos inquiridos usam-na, acima da média europeia, que se situa nos 41%. Já em Portugal, a incidência é de 35%.
Não obstante a prevalência do automóvel, o que se verifica é que metade das deslocações de casa para o trabalho implica percorrer uma distância inferior a dez quilómetros: 58% em Portugal, contra 52% na globalidade da amostra. Além disso, a grande maioria dos europeus – 80% – trabalha pelo menos um dia por semana em casa, o que permitiria reduzir as viagens de automóvel.

O efeito Covid veio para ficar?

Esta é uma questão subjacente a este barómetro da Europ Assistance. De um modo geral, na Europa, a pandemia trouxe um aumento da chamada mobilidade ativa suave e a correspondente diminuição da mobilidade partilhada e dos transportes públicos.
E, agora que a pandemia se desvaneceu? Mantém-se a tendência de utilização de bicicletas, além de que andar a pé passou a ser uma opção prioritária. Na mobilidade pedonal, Portugal está equiparado à média dos seis países; porém, no uso de bicicleta pessoal está acima – 30% versus 25%. No uso de transportes públicos, está igualmente acima: 27% versus 19%. O uso do automóvel vem desequilibrar esta tendência, na medida de que 29% dos inquiridos no País continuam a preferi-lo, contra valores médios de 16% no conjunto da amostra.
Um facto é que, nas conclusões do barómetro, emerge claramente uma predominância do automóvel privado, detido por quase nove em cada dez europeus. Dos portugueses, 92% possui pelo menos uma viatura pessoal no agregado familiar, sendo que, destes, 43% possuem vários. São novamente números superiores à média europeia, em que apenas 29% dos proprietários detém mais do que um carro.

Pelo seguro

- Portugal é o país com o orçamento médio anual de seguro automóvel mais baixo;
- O preço é o principal critério de escolha do seguro automóvel,
- A confiança na seguradora surge em segundo lugar;
- Assistência em viagem, viatura de substituição em caso de avaria, roubo, acidente, serviços de mobilidade para o condutor e ocupantes em caso de imobilização, rastreamento de veículos roubados, serviços de assistência que abrangem a pessoa independentemente do meio de transporte que utiliza e serviços de pick up & delivery são os serviços mais diferenciadores na hora de selecionar uma companhia de seguros;
- Quatro em dez inquiridos manifestaram bastante interesse num orçamento de mobilidade em caso de imobilização do veículo, como alternativa ao veículo de substituição;
- Seis em dez mostraram interesse em comprar um veículo se este fosse certificado por um especialista em assistência automóvel da Europ Assistance.

E a mobilidade elétrica?

Num olhar para o futuro, o estudo identificou que os veículos elétricos apresentam um potencial de desenvolvimento em Portugal, a par da intenção manifestada por cerca de um terço dos europeus de adquirir um destes modelos. Em linha com os canais atualmente utilizados, metade dos inquiridos pretende fazer a compra num concessionário da marca. Ainda assim, existem barreiras a superar, sobretudo o custo de aquisição, indicado por 61% dos portugueses (56% na Europa).



Sustentabilidade não será tendência!

A sustentabilidade não será tendência em 2023; será um tema transversal a toda a estratégia e comunicação das empresas, às políticas apresentadas para lidar com crises aparentemente em nada relacionadas com a climática e às notícias que aparecem nos jornais e moldam a opinião pública.

O ano passado terminou com o reconhecimento pela Assembleia Geral das Nações Unidas de que, independentemente do local onde se vive, todos têm o direito a um ambiente limpo, saudável e sustentável, tornando-o um Direito Humano Fundamental.

Em 2022, o Parlamento Europeu aprovou uma proposta de lei da Desflorestação ambiciosa que visa impedir a entrada no mercado europeu de produtos provenientes de áreas desflorestadas e a Comissão Europeia apresentou uma proposta de lei para o Restauro da Natureza, considerada a maior peça legislativa sobre conservação da biodiversidade a nível europeu desde a Diretiva Habitats, de 1992, e que deverá ser aprovada em 2023, trazendo consigo linhas de financiamento focadas no tema. Aliás, o mais recente relatório "State of Finance for Nature", da UNEP, mostra que precisamos de duplicar o investimento em soluções baseadas na natureza, que gerem benefícios para a biodiversidade e para as pessoas. Além disso, 2022 culminou com a COP15, a conferência da ONU sobre biodiversidade, em que foram estabelecidas metas globais para a estrutura de biodiversidade global e foi alcançado um posicionamento por parte das empresas em defender a condução de avaliações e divulgações obrigatórias de biodiversidade até 2030 – será inteligente começar desde já a contabilizar a biodiversidade nas análises de risco e impacto da sua empresa!

Relevemos também a criação de um acordo global para a poluição por plásticos, em que os Estados-membros das Nações Unidas concordaram unanimemente em desenvolver um



JOANA GUERRA TADEU
Ambientalista
Imperfeita, Consultant & Activist 2050

Lifestyle com propósito

No geral, espera-se que as tendências de lifestyle de 2023 sejam focadas no bem-estar e autocuidado, na ecologia, na tecnologia e na gig economy, ou seja, no crescimento de um mercado de trabalho que depende fortemente de cargos temporários e de part-times preenchidos por contratações independentes e freelancers.

O Instagram destacou no top 3 das tendências de conteúdo na plataforma "Recycle, Reuse, Reconstruct", "Taking Action" e "Climate and Expressive Beauty" – esta última terá impacto na indústria dos cosméticos com um crescimento dos segmentos que protegem da poluição atmosférica e dos raios UV. Prevê-se que se mantenha o interesse em experiências "faça você mesmo" e um aumento das compras em segunda mão, indústria que, segundo a Forbes, cresceu mais de 30% em 2022 e, prevê-se, crescerá mais 85,5% até 2026.

acordo juridicamente vinculativo para travar a fuga de plástico para os oceanos, e no qual 500 signatários como a Nestlé, a PepsiCo, a Coca-Cola, a Unilever, a Mars e a L'Oréal – que, juntos, utilizam 20% de todas as embalagens plásticas produzidas globalmente – se comprometeram a garantir que todas as embalagens plásticas sejam reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis até 2025, entre outras metas de circularidade.

E em Portugal?

Em Portugal, 2022 foi marcado pela intensificação dos fenómenos climáticos extremos, como o enorme incêndio na Serra da Estrela e a seca em 100% do território durante o verão. Aliás, no nosso País, a seca será, com certeza, um dos temas climáticos mais falados em 2023, a par da pobreza energética.

Destaque-se a aprovação do SIMPLEX ambiental por parte do governo português, um decreto-lei que flexibiliza o licenciamento ambiental para diversas atividades económicas, eliminando a necessidade deste procedimento para alguns setores; as Organizações Não Governamentais de Ambiente alertam que esta medida apresenta a regulamentação ambiental como um empecilho ao desenvolvimento, vem abrir portas para a degradação ambiental e confunde o aligeiramento das regras de proteção ambiental com o aligeiramento da burocracia – cuidado com as consequências reputacionais que possam advir de um processo tão simplificado!

É importante também assinalar a ausência de posicionamento do governo português em relação à mineração em mar profundo, ao contrário do que fizeram outros países europeus como Espanha, França e Alemanha, que já se posicionaram a favor de uma abordagem mais cautelosa e que permita mais estudos de impacto antes de se avançar com a exploração – a decisão da Autoridade Internacional dos Fundos Marinhos sobre mineração em mar profundo em águas internacionais deverá ser conhecida em Julho.

Greenwashing: tolerância zero

Com todas as alterações regulatórias a que assistimos e que temos pela frente, 2023 será um ano dominado pela gestão de riscos ESG. Assistiremos a mudanças nos nomes e rótulos dos fundos ESG, à medida que os regimes de divulgação em desenvolvimento exigem que os gestores prestem contas mais rigorosas. A McKinsey investigou a regulamentação de 30 países e concluiu que 28 (incluindo Portugal) estabelecem regulamentos de responsabilidade alargada do produtor (EPR, na sigla em inglês), com o objetivo de garantir que os produtores tornem os seus negócios mais sustentáveis e circulares. Além disso, 75% desses países implementaram ou planeiam implementar penalizações por incumprimento regulatório.

Em 2023, comunique objetivos claros de sustentabilidade que estejam alinhados com os dos seus parceiros para identificar oportunidades e resolver problemas com mais eficiência e encontrar maneiras de gerar lucro por meio da responsabilidade ambiental e social. Para os clientes, defina uma mensagem acionável e com prioridades detalhadas para retratar o potencial de transformação da sua empresa

E mesmo que os países se atrasem na construção de leis e regulamentos, a União Europeia avançou com a nova Diretiva de Comunicação de Informações sobre a Sustentabilidade das Empresas (CSRD), que exigirá que 50 mil empresas divulguem informações mais detalhadas por um lado, sobre como os temas de sustentabilidade afetam o seu negócio e, por outro, de que forma o negócio e as suas atividades impactam a sociedade e o ambiente, sendo que as novas regras entrarão em vigor entre 2024 e 2028.

A opinião pública tem agora tolerância zero para greenwashing. Aliás, a COP27, a conferência da ONU sobre Alterações Climáticas de 2022, apresentou um relatório sobre práticas de greenwashing e dez recomendações sobre como o evitar, o qual deverá ser seguido de legislação europeia e nacional no sentido de inviabilizar a comunicação enganadora de metas ambientais. É provável que este ano tenha mais litígios e mais pressão para aumentar a regulamentação, com consequências diretas sobre como as empresas planeiam, operam e reportam. Em 2022, isto aplicou-se sobretudo a empresas dos setores da energia e da moda.

Em 2023, vamos ainda compreender a vulnerabilidade dos bancos e a sua exposição aos riscos climáticos provenientes dos empréstimos e descobrir quais os que conseguem enfrentar o desafio de desenvolver dados de risco climático para atender às exigências dos testes de stress climático regulatório criados pelo Banco Central Europeu no ano passado.

Prevê-se também que algumas empresas aumentem os esforços para extrair metais secundários do lixo eletrónico – tanto como uma forma de manter os reguladores satisfeitos quanto para aumentar o acesso a metais essenciais para tecnologias de energia limpa.

2023 será o ano em que, finalmente, saberemos como as interrupções no mercado do petróleo e do gás impactam a transição energética e a soberania energética em diferentes territórios: a Comissão Europeia pretende alcançar a "independência energética" através de metas mais ambiciosas para as energias renováveis, promovendo assim uma expansão rápida e em larga escala de energias renováveis offshore, ou seja, no mar. Em Portugal, o governo pretende lançar concursos para atingir a meta dos 10GW até ao final de 2023.

As Organizações Não Governamentais de Ambiente temem uma diminuição da exigência ambiental dos projetos de renováveis, tanto em terra como no mar, alertando que não está a haver uma compatibilização entre a criação de infraestruturas para fornecimento de eletricidade renovável e produção de hidrogénio, e a conservação de valores naturais, áreas agrícolas e florestais, e o bem-estar das populações.

Prepare-se para uma intensificação dos protestos contra o gás fóssil e a energia nuclear, recentemente integradas na taxonomia verde da União Europeia, em completo desacordo com as organizações ambientalistas e os ativistas climáticos.

Devido ao contexto macroeconómico com que começamos 2023, é importante que as empresas mapeiem toda a cadeia de valor para que identifiquem e mitiguem os riscos associados à inflação e à escassez de matérias-primas e componentes. Ora, este é um momento propício à melhoria da performance de toda a cadeia de um ponto de vista social e ambiental e também à comunicação com mais valor e transparência. Felizmente, é também conveniente para o negócio: a McKinsey estimou que os esforços de neutralização das emissões de gases com efeito de estufa fornecerão oportunidades avaliadas e, 12 biliões de dólares por ano.

Este é um momento propício à melhoria da performance de toda a cadeia de um ponto de vista social e ambiental e também à comunicação com mais valor e transparência

Está claro, portanto, que, em 2023, as empresas terão de se esforçar para atingir metas de sustentabilidade agressivas: no ano passado CEO de todo o mundo nomearam a sustentabilidade como o principal desafio enfrentado pelas organizações, subindo de um modesto sexto lugar em 2021; e preveem que assim seja nos próximos três anos.

Ao mesmo tempo, os consumidores orientados por propósitos, que priorizam produtos e marcas que se alinham com os seus valores, representam, agora, o maior segmento de clientes – 44%. As necessidades, desejos e exigências dos consumidores da Geração Z em relação às marcas são as mesmas a que os Millennials já nos habituaram: relações de proximidade, experiências memoráveis e partilháveis offline, online e no metaverso e, adivinhou, responsabilidade social e ambiental. Decore esta frase: os novos consumidores votam com a carteira. Já não basta refletir estes valores nos esforços de marketing, é preciso investir nas operações.



ORIFLAME
Aumentar o impacto positivo

A sustentabilidade faz parte da herança da Oriflame e é parte intrínseca do posicionamento de marca, Beauty by Sweden. Uma missão que mereceu o reconhecimento como um dos líderes climáticos da Europa em 2022, a par da atribuição do selo Produto do Ano em Cosmética Sustentável.



MARTA SILVA
Diretora de Marketing da Oriflame em Portugal

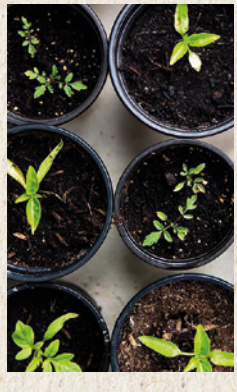
Beleza responsável. É este o princípio que orienta a Oriflame, traduzido no desenvolvimento de produtos seguros e mais sustentáveis, inspirados na natureza e impulsionados pela ciência. É que, nas palavras da diretora de Marketing em Portugal, Marta Silva, a definição de beleza vai muito para além da beleza física ou da aparência, tem a ver com a forma como a pessoa vive, sente e age.

"Temos consciência de que, como empresa de beleza que vende produtos em mais de 60 países, é inevitável que a fabricação e a distribuição de produtos tenham um impacto. Agir para aumentar o impacto positivo da empresa na vida das pessoas e, ao mesmo tempo, reduzir qualquer impacto negativo no meio ambiente é uma parte fundamental de nossa estratégia de sustentabilidade", sublinha.

Daí que 99% do cartão e papel usado nas embalagens seja reciclado ou proveniente de fábricas de papel certificadas pela FSC™. Daí também que a empresa plante e proteja mais de seis milhões de árvores, todos os anos, em reflorestação e programas de conservação em todo o mundo. Além disso, nos produtos, utiliza apenas esfoliantes 100% naturais, tal como casca de amêndoas, sementes de frutos e caroço de azeitona, e os produtos de enxaguamento das gamas principais são biodegradáveis. Em 2025, a ambição é que todos os novos produtos de enxaguamento, de rosto e corpo, sejam biodegradáveis.







A estas medidas junta-se o facto de os ingredientes de beleza serem submetidos a um processo de avaliação rigoroso, a fim de assegurar que são obtidos de forma responsável e ética, são seguros e de elevada qualidade. Acresce que 100% da energia de todas as operações é renovável. Em dez anos, a marca reduziu as emissões de CO_2 em 48%, tendo poupado mais de 38.000 tCO_2e – o equivalente de CO_2 a 3,6 biliões de smartphones a carregar. Quanto ao uso de água, desde 2015 verificou-se uma diminuição de 18% por produto.

Estes esforços foram premiados com a distinção, pela Statista e pelo Financial Times, como um dos líderes climáticos da Europa em 2022, reconhecida entre um grupo selecionado de empresas europeias que fizeram a maior redução na intensidade de emissão de gases de efeito estufa entre 2015-2020. "O nosso esforço contínuo nesta área está a trazer mais resultados. No ranking de 2022, a Oriflame subiu uma posição face ao ano passado e agora está classificada como #1 no Setor de Personal & Household goods", destaca Marta Silva.

Ao mesmo tempo, a marca foi distinguida com o selo Produto do Ano em Cosmética Sustentável. O que olha como sinal de que os consumidores valorizam esta abordagem: "O consumidor está cada vez mais informado, mais consciente, mas também mais sensível ao preço. É essencial para as marcas destacarem-se e permanecerem relevantes. Desenvolver produtos com esta preocupação pela sustentabilidade em toda a sua cadeia de valor, como faz a Oriflame, cria diferenciação e valoriza a marca."

Em causa, neste prémio, está a gama Waunt by Oriflame, uma linha de cuidados do rosto híbridos vegan certificados pela Vegan Society™, devido às suas fórmulas desenvolvidas de forma responsável, com ingredientes de origem natural, sem parabenos, óleos minerais ou SLS. E com embalagens de plástico PCR, ou seja, reciclado pós consumo.

Slowly se faz a mudança

A autora do blogue "Ana, Go Slowly" e do livro "Vida Lixo Zero" e fundadora do Movimento Vida Lixo Zero Portugal é uma advogada da importância dos pequenos passos. E acredita que é aí que começa a grande mudança em cada um.



Ana Milhazes

Ser sustentável é...
Cuidarmos de nós, do outro e do planeta. E deixar cada lugar por onde passámos melhor do que o encontrámos.

Prática sustentável que valoriza mais no seu dia a dia
Poder beber água da torneira e ter água sempre à minha disposição!

Viver com leveza é sinónimo de...
Bem-estar e felicidade.

Para uma vida mais sustentável e simples é preciso:
Querer começar, passar à ação e estar preparado para remar contra a maré.

Se tivesse de optar por minimizar algo na sua vida, o que seria?
Já minimizei tanto, acho difícil minimizar mais. Mas, diria compromissos e obrigações. Cada vez gosto mais da máxima "Go with the flow".

"Ana, goes slowly" para onde?
Para todo o lado, é a minha máxima e cada vez me faz mais sentido! Mas é preciso um esforço, é da minha natureza ser acelerada. O nome do blogue é mesmo para me relembrar disso mesmo, como se alguém me dissesse "Ó Aaaaaana, go slowly", "Ó Aaaaaana, vai mais devagar".

Ana acredita que...
Comprar é votar. E que sustentabilidade é cuidar do planeta, de nós e do outro.

Isto ou Aquilo

A pé ou de bicicleta?
A pé, posso parar mais facilmente e reparar em cada detalhe. De bicicleta, vamos mais rápido, mas também adoro!

Papel reciclado ou digital?
Digital, cabe em todo o lado e é mais leve. Mas, também adoro papel reciclado!

Reciclar ou transformar?
Transformar! Aproveitar sempre aquilo que já existe e transformar em algo novo.

Mudar tudo ou uma pequena mudança?
Pequenas mudanças, são elas que nos levam mais longe e de forma mais consistente.

Nunca mais respirar os saudáveis ares do campo ou nunca mais fazer ioga?
A pergunta mais difícil! Imaginei o pior cenário, fazer yoga no meio de uma cidade caótica e super poluída... Sem dúvida, prefiro respirar os ares do campo.

Grão a grão...

Se sustentabilidade não é tendência, mas sim estratégica e transversal, como escreve a Ambientalista Imperfeita Joana Guerra Tadeu, umas páginas atrás, nesta edição, 2050.Briefing quis saber junto de quem reflete sobre o tema e o leva à prática no seu dia a dia e nos seus negócios, o que perspetiva para 2023. Que mudanças se podem esperar? Será utópico ou não que a sustentabilidade se infiltre nas empresas, nos governos, nas marcas, nos consumos e comportamentos?



FRANCISCO FERREIRA
Fundador
da associação
zero

Sustentabilidade? Ou mundo em crise?

O mundo vive um conjunto de crises diretamente relacionadas com a sustentabilidade: uma crise climática decorrente da emissão excessiva de gases com efeito de estufa associada principalmente ao uso de combustíveis fósseis, uma crise de biodiversidade, com a degradação alargada de um conjunto de ecossistemas chave que nos proporcionam gratuitamente inúmeros serviços que estão cada vez mais em causa para além da ameaça de extinção de um conjunto de espécies, e ainda uma crise de recursos decorrente de uma pegada ecológica do ponto de vista material e de energia que vai muito para além da renovação proporcionada pelos sistemas naturais.
O principal desafio que enfrentamos é ultrapassar esta crise, assegurando, simultaneamente, uma melhoria da qualidade de vida e do bem-estar, principalmente das populações mais vulneráveis. Garantir que, do ponto de vista ambiental, económico, social e de governança, as políticas e medidas aplicadas às diferentes escalas, da global à local, associadas também à mudança de paradigma de um consumo excessivo por muitos à escala individual é absolutamente crucial. Acrescente-se ainda o papel decisivo, quer da ação da administração pública quer das empresas em todo o processo, em que, de forma transparente, ambiciosa e coerente, estes objetivos façam parte da sua lógica de produção e/ou de serviço. Sem dúvida que, voluntariamente ou através de legislação, nomeadamente europeia, tem havido progressos, mas, estamos longe do necessário para contrariarmos a emergência que o planeta e as gerações futuras nos exigem.



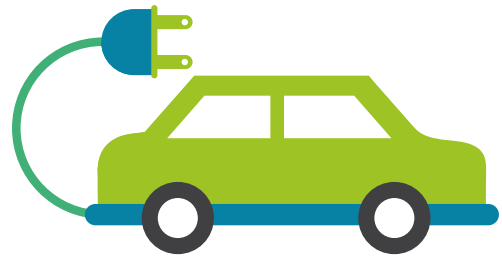
O principal desafio? Inovação, para atingir os ODS



MARGARIDA COUTO
Presidente do GRACE

Entre tantos (e tão difíceis de vencer) desafios de sustentabilidade, há, porventura, um que é a alma mater de todos – cumprir, a bem da Humanidade, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 das Nações Unidas. São 17, uns mais aspiracionais do que outros (como acabar com a fome e com a pobreza nos próximos sete anos?). Mas todos serão, porventura, de cumprimento impossível sem um fator essencial: inovação. Na verdade, tudo indica que os ODS apenas serão atingíveis através de processos e tecnologias que ainda não existem. O que equivale a dizer que hoje, mais do que nunca, o envolvimento das empresas é essencial – são elas que, em matéria de inovação, têm o track-reccord de lidar com o risco (sem arriscar, não há como inovar), os recursos (humanos e financeiros), os processos (tão críticos ao processo inovativo), os ciclos longos (não dependentes de eleições populares), e tantos outros fatores de que o avanço tecnológico em larga medida depende.

Quando, no início do século XX, um dos maiores problemas com que as grandes cidades se debatiam era o "excesso de carruagens puxadas a cavalos" (e suas consequências), a Ford inventou o automóvel. Ficou célebre a reflexão de Henry Ford: "Se eu tivesse perguntado o que as pessoas queriam, elas teriam respondido que queriam cavalos mais rápidos". Então, como hoje, não é de inovação incremental que precisamos: é de invenção disruptiva. Sem ela – logo, sem empresas inovadoras – o cumprimento dos ODS pode não passar de uma boa intenção.



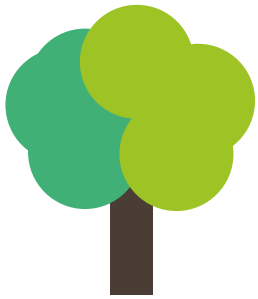


JOÃO WENGOROVIUS MENESES
Secretário-geral do BCSD Portugal

Integração plena dos temas ESG

Apesar dos desafios da paz na Europa, do aumento da inflação e das taxas de juro, e da disrupção de algumas cadeias de valor, que ainda não recuperaram da pandemia de Covid-19, em 2023 a jornada das empresas para a sustentabilidade deverá acelerar, sobretudo na União Europeia. Os compromissos traçados para a década, nomeadamente, os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da Agenda 2030 das Nações Unidas, o Acordo de Paris sobre o clima e o Pacto Ecológico Europeu, a isso obrigam. Sem a transição do setor privado para a sustentabilidade, isto é, para a plena integração dos temas ESG (ambientais, sociais e de governance) nas suas cadeias de valor, estes referenciais nunca serão alcançados. No caso de Portugal, há diversos planos e compromissos que irão impactar a atividade das empresas já este ano (e até 2030), entre os quais a recente Lei de Bases do Clima. Neste contexto, o conjunto de tendências que deverão impactar a atividade das empresas, em 2023, ao nível da sustentabilidade são as seguintes:

- Novas exigências de reporte de informação não financeira (ESG) e de revelação da pegada ecológica dos produtos nos seus rótulos e embalagens;
- Novas regras relacionadas com o dever de diligência ESG a montante e a jusante das cadeias de valor;
- Agravamento das taxas e regras relacionadas com a emissão de gases com efeito de estufa, incluindo sobre produtos importados;
- Agravamento das exigências ao nível da dimensão DEI (diversidade, equidade e inclusão), designadamente, ao nível da igualdade de género e da inclusão de pessoas portadoras de deficiências;
- Primeiros passos no sentido da criação de regras e soluções para a remuneração de serviços de ecossistema.

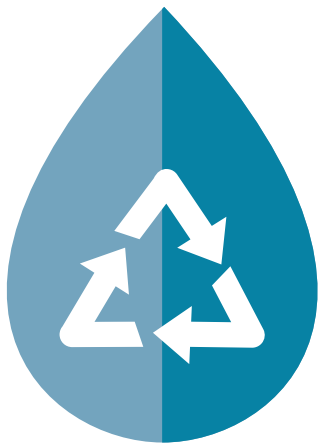




INÊS DOS SANTOS COSTA
Associate partner da Deloitte,
ex-secretária de Estado do Ambiente

Tolerância 0 para greenwashing em 2023

Além do óbvio – guerra, pandemia e seus efeitos, energia –, a regulação e a tecnologia aliadas à sustentabilidade, sobretudo no que diz respeito à economia circular, irão ser "o" tema nos próximos anos. O combate ao greenwashing é exigido pela população (e empresas!) e intensifica-se: para colocar produtos no mercado europeu, será necessário comprovar as propriedades "eco" do produto, através de mecanismos como a pegada ambiental de produto e/ou organização, e os "passaportes digitais do produto" serão uma realidade, em que a informação sobre materiais, nível de reparação, entre outras características ficarão explícitas para o consumidor.
O trabalho feito entre 2015-2022 pelo Ministério [do Ambiente], em que participei, assentou na lógica de preparar as organizações – públicas e privadas – para estas certezas que vinham no horizonte. Agora, estando a colaborar diretamente com as empresas, apesar de as mesmas reconhecerem o risco (é ver o último Relatório CxO da Deloitte ou o relatório do Fórum Económico Mundial sobre riscos globais), há um gap entre esse reconhecimento e a ação. E, assim, a maioria ainda olha para estes temas como um custo e não como um investimento para assegurar a sua competitividade no futuro. Porque é disso que estamos a falar, e não de mais um exercício "tick the box".
Penso que este ano de 2023 ainda será muito dedicado a encarar a realidade destes desafios. Mas, quando mais cedo o fizerem, mais cedo estarão preparados.







CLARA COTRIM
Fundadora da Clara como Água

O círculo virtuoso do propósito

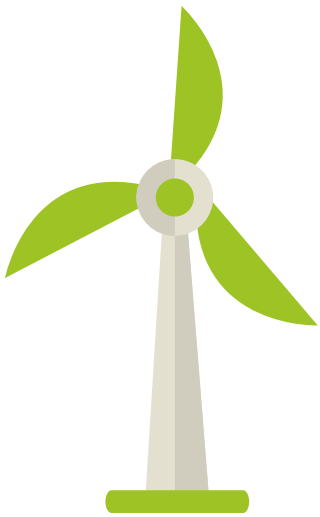
Nos últimos anos, temos tido acesso a muitos estudos que revelam que o consumidor privilegia marcas que se apresentam como sustentáveis. Consumidor este que valida a coerência entre o que a marca diz que oferece, a real experiência de consumo e o impacto que tem na comunidade.
Por vezes, a expetativa sai defraudada, com consequências muito negativas. Só para a marca? Vejamos, por exemplo, o casal que resolveu confirmar se os copos "descartáveis 100% biodegradáveis" oferecidos num festival de música, eram mesmo biodegradáveis. Fizeram-no durante o período necessário para validar a promessa, publicando os resultados nas redes sociais. A iniciativa foi alvo de notícia nos media porque, afinal, não era verdade. Mau para a marca, mas também para o planeta.
Quem cria uma marca sustentável tem muito presente a consciência do impacto que quer ter no mundo. Esta consciência é o seu propósito e, pela sua natureza, é o motor da criação de soluções que impactam positivamente o meio envolvente. Esta dinâmica mobiliza, envolve e fideliza os vários stakeholders da marca e, consequentemente, impulsiona os resultados comerciais. Chamo-lhe círculo virtuoso de propósito.
É verdade que as marcas têm o objetivo de ser mais sustentáveis. Umas por imposição do mercado, outras por imposição legal, outras movidas pelo propósito. Estas últimas, tenho testemunhado, conjugam de forma coerente discurso e ação, e encaram as suas vulnerabilidades sem medo, porque sabem que são elas a pedra de toque da inovação sustentável.



KÁTIA TALENTO
Arquiteta e fundadora do Residual Studio e da "Yuppie On" Platform

Utopia sustentável, não dreambook

O nosso clima está a mudar. A realização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, estabelecidos pela ONU até 2030, requer um pensamento integrado e a reunião de forças políticas, económicas e sociais.
Embora a sustentabilidade possa parecer utópica, atualmente é necessário considerá-la como uma utopia concreta, em que as equidades sociais, económicas, e ambientais se tornam práxis, para construir um novo paradigma de desenvolvimento humano, respeitoso dos limites planetários. Uma utopia sustentável, de facto, é definitivamente diferente de um "dreambook".
A arquitetura sustentável é uma resposta válida às necessidades da sustentabilidade. Materiais e técnicas ancestrais, valorização dos recursos locais e naturais, respeito pela preexistência e pela natureza, reutilização de materiais de desperdício ou de segunda mão, são fatores indispensáveis para redescobrir a ligação com o nosso planeta e questionar a forma como vivemos as nossas cidades. Em vez de continuar a adotar um modelo linear, na prática arquitetónica contemporânea, e utilizar, de forma descontrolada e exagerada, os recursos naturais, é imprescindível promover a economia circular, como nunca.
Pensar e agir como no passado significa mergulhar o nosso mundo numa profunda crise ambiental, económica e social.
A sustentabilidade representa uma utopia que estaria ao nosso alcance se a vontade política e o sentimento público se cruzassem frutuosamente, no sentido de mudar a forma como lidamos com os problemas que nos rodeiam.



Mudança gera mudança



CARLOS HIPÓLITO
Head of Portugal na Phenix

Ano novo, vida nova, sempre ouvi dizer. E, felizmente, começámos o ano com a notícia de que há sinais evidentes sobre a recuperação da camada de ozono. Se estamos perto da mudança que o ditado aponta? Não sei. Mas, decerto, algo de bom estamos a fazer. E não há notícia mais pertinente do que esta para refletir sobre o caminho que temos vindo a percorrer em termos de sustentabilidade ambiental.
Falo particularmente sobre a área na qual trabalho diariamente, a do desperdício alimentar, um problema considerado dos que mais poluição produz para o planeta. A meu ver, o bom de fazermos algo positivo é a motivação que isso nos dá para, no futuro, fazermos algo ainda mais positivo. Mudança gera mudança. Olhando para aquilo que foi o nosso passado e perspetivando o futuro que temos pela frente, não é hora de baixar os braços. É hora de reforçar a tendência de continuarmos a emergir no caminho para a sustentabilidade ambiental. É hora de organizarmos os nossos frigoríficos em casa, da mesma forma que organizamos qualquer outro campo das nossas vidas. É hora de integrar a responsabilidade social na estratégia de todas as organizações portuguesas, como forma de acrescentarem valor à sociedade. É hora de criar mais leis que beneficiem as instituições que gerem o seu desperdício de forma responsável. Porque, apesar de estarmos no caminho certo, a comida é um bem precioso demais para ser desperdiçado e ainda há muito a fazer.
Já que estamos numa de ditados, "grão a grão, enche a galinha o papo", do mesmo modo que, refeição a refeição, se mitiga o desperdício. Se todos contribuirmos com pequenas mudanças de comportamentos e fizermos a nossa parte, de forma responsável e consciente, o futuro só pode ser promissor. O tempo passa e cada vez mais as ações assumem uma maior preponderância sobre as palavras e as intenções. Não basta saber e querer, é fulcral fazer e agir.





HELENA REAL
Secretária-geral da Associação Portuguesa de Nutrição

O plant-based veio para ficar

A FAO [Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura] define uma dieta sustentável como tendo um baixo impacto ambiental, contribuindo para a segurança alimentar e nutricional da população, assim como para o seu estado de saúde, tanto no presente como no futuro. As dietas sustentáveis protegem e respeitam a biodiversidade e o ecossistema; e permitem otimizar os recursos naturais e humanos. Além disso, uma dieta sustentável é culturalmente aceite, nutricionalmente adequada, acessível pela população, segura e economicamente justa. Aparentemente, não é fácil conjugar todos estes elementos no momento da escolha dos alimentos para compor a nossa alimentação diária, mas é um desafio imperioso e possível de alcançar, pelo que deve ser incentivado junto da população. Em 2019, foi criada uma Comissão da Lancet que apresentou aquilo que seriam as orientações para a chamada Dieta Planetária, abordando o modelo alimentar a seguir, de forma a preservar o nosso planeta, nomeadamente ao nível da emissão de gases com efeito de estufa. Este modelo em muito se assemelhava ao conhecido padrão alimentar mediterrânico, constituído essencialmente por alimentos de origem vegetal (produtos hortícolas, fruta, leguminosas, cereais, frutos oleaginosos, azeite, ervas aromáticas) e uma pequena parte a ser ocupada pelos alimentos de origem animal (carnes, pescado, ovos, laticínios).

Neste contexto, em que se exacerba a necessidade de sermos mais sustentáveis, proliferam consumidores mais conscientes e mais preocupados, sobretudo com o impacto ambiental das suas escolhas alimentares (sendo aparentemente menos sensíveis às componentes social e económica da sustentabilidade alimentar). Desta forma, as tendências alimentares revelam surgir cada vez mais produtos de origem vegetal, diversificando as escolhas alimentares. Muitas destas opções apresentam-se, inclusivamente, como alternativas vegetais aos produtos de origem animal, pairando na sua sombra e não realçando as suas características individuais, que poderiam ser destacadas. Acredito, que este "movimento" plant-based veio para ficar, mais por necessidade do que por moda, embora entenda que será um setor que ainda sofrerá muitas reformulações e mudanças ao longo dos tempos, uma vez que muitos destes alimentos se apresentam embalados, com necessidade de rede de frio, com ingredientes de diferentes partes do mundo, e, por vezes, com excesso de sal, por exemplo, o que lhes retira grande parte da vantagem ganha em matéria de sustentabilidade.



Retomo à Dieta Mediterrânica, para destacar a sua simplicidade nas escolhas alimentares, na sua culinária, no uso de produtos frescos, de proximidade, da época, provenientes de uma produção sustentável, ou seja, um conjunto de fatores que facilmente nos posicionam numa vertente de escolhas sustentáveis. 2023 é o ano em que a distinção da Dieta Mediterrânica pela UNESCO, enquanto Património Cultural Imaterial da Humanidade, em Portugal, faz dez anos, pelo que será importante preservarmos, promovermos e seguirmos este modelo plant-based, enquanto consumidores, mas também em setores como a indústria, a distribuição, o turismo, a hotelaria, entre outros.



ANA VARELA
Atriz e fundadora do
Green Little Steps





ANDREAS KOLOSKA
Fundador da 50 Rebels

No futuro, seremos circulares

O futuro não tem lixo. No futuro nada será desperdiçado, pois entenderemos que cada resíduo é um recurso. No futuro, o que hoje temos como "lixo" será transformado num novo produto, utilizado infinitas vezes, até ser, novamente, transformado. No futuro, não existirão aterros, nem incineradoras, pois percebemos que, ao desperdiçar "lixo", estamos a perder ativos valiosos, tempo e dinheiro, numa economia linear. No futuro, teremos levado ao limite a Teoria de Lavoisier: "Nada se cria, nada se perde, tudo se transforma". No futuro seremos circulares.

Não podemos falar em circularidade sem falar na vida útil de um produto e no seu destino após utilização. O primeiro passo está em prolongar o ciclo de vida útil, reparando e reutilizando produtos ou optando por produtos em segunda mão. O segundo passo passa pela reciclagem. Em 2021, a taxa de reciclagem em Portugal manteve-se nos 21% (Fonte APA) e a taxa de circularidade (parcela de materiais usados provenientes de resíduos reciclados) foi de apenas 11,7% (Fonte Eurostat). Ocupamos os últimos lugares entre os estados membros da União Europeia, tendo ainda um longo caminho por percorrer. É indispensável aumentar as taxas de reciclagem, separando os resíduos em casa e colocando-os nos respetivos contentores. Mas, são cada vez mais as soluções provenientes de materiais reciclados que nos chegam ao mercado: a ECO-X desenvolve detergentes ecológicos a partir da reciclagem de óleo alimentar; a Extruplás recicla e recupera plásticos mistos, a partir dos quais produz mobiliário urbano; a Zouri Vegan Shoes transforma o plástico recolhido do oceano em calçado.

Devemos privilegiar a compra de produtos reciclados de forma a incentivar a sua produção. Por último, é indispensável (re)pensar o design dos produtos para a circularidade. A escolha do design e dos materiais vão ditar a aptidão de um produto para a reciclagem em fim de vida. A circularidade reduz o peso da nossa economia no planeta. Ela deve ser o foco para 2023 para a criação de um futuro sem lixo.

Bicicleta = felicidade

Uma bicicleta para cada cidadão é um ótimo objetivo, no entanto, se fosse neste momento, iriamos acabar com bicicletas amontoadas num canto da cidade a enferrujar, e isso não seria bom para ninguém.

A maioria das pessoas não tem onde as estacionar nem como as guiar em segurança. É por isso que precisamos que as instituições decisoras saibam que têm de investir em infraestruturas: as ciclovias têm de ser mais e melhor interligadas e tem de haver soluções de estacionamento seguro. A maior parte das pessoas não são "ciclistas" e não vão ser. Vão ser sempre pessoas à procura da forma mais eficiente e conveniente para se movimentarem do ponto A ao B. Assim, se o objetivo é uma cidade mais feliz e sustentável, não há como fugir a uma alteração da infraestrutura em detrimento do espaço para carros.

Todas as cidades que alteraram as suas infraestruturas neste sentido provam que as pessoas adotaram a bicicleta como um meio de transporte. Tornou-as mais felizes e saudáveis. Cidades com muito frio e chuva como Amesterdão e Copenhaga são o exemplo de que as más condições atmosféricas não são impeditivas do uso de bicicleta. A cidade finlandesa Oula, com temperaturas muito negativas e neve com um metro de altura, é também um bom exemplo de que, desde que as infraestruturas existam e tenham condições, as pessoas usam a bicicleta.

Na 50 Rebels procuramos os pioneiros, os que começam a usar a bicicleta elétrica como o seu meio de transporte em Portugal. A chave está nos trabalhadores que têm de ir para o escritório. Construímos recentemente uma frota dedicada apenas para empresas que querem proporcionar aos seus funcionários a experiência de passarem a utilizar uma bicicleta elétrica (50 Rebels) para as suas deslocações casa-trabalho. Este programa, que está alinhado com o mote "uma bicicleta para cada cidadão" e com a estratégia nacional para a mobilidade ativa ciclável do governo, terá início esta primavera.

10ª EDIÇÃO
PRÉMIOS LUSÓFONOS DA CRIATIVIDADE

OS PRÉMIOS QUE FALAM A MESMA LÍNGUA

Os Prémios Lusófonos da Criatividade são um festival internacional de criatividade sediado em Portugal e também o único mundialmente dedicado exclusivamente a premiar, homenagear e debater os mercados publicitários e de comunicação dos países de língua oficial portuguesa.

15%
DESCONTO
em todas as inscrições até dia 28 de Fevereiro de 2023!

24
MARÇO
Inscrições abertas até 24 de março de 2023

INSCRIÇÕES ONLINE
Todo o processo de inscrições é feito online através da página oficial dos Prémios Lusófonos.

Não perca o próximo evento no dia
11 DE ABRIL DE 2023

UCCLA
(Avenida da Índia no 110 1300-300 Lisboa)



VENHA CELEBRAR CONNOSCO O QUE DE MELHOR SE FAZ NO MUNDO DA PUBLICIDADE LUSÓFONA.

PREMIOSLUSOFONOS.COM

PRÉMIOS® LUSÓFONOS DA CRIATIVIDADE

FLAG · CENTROMARCA · SOPCOM · fenapro · Sinapro BAHIA · Sinapro SÃO PAULO · ABEDESIGN · dbp · apró · apecom · cenp · CAMP · CONTROL · UCCLA · Ki KREATIVE IDEAS


808 200 600
PRODUTOS SUSTENTÁVEIS
OUTDOOR IMPRESSO EM PLÁSTICO RETIRADO DO OCEANO
ATITUDE CARBONO ZERO
DREAMMEDIA
OCEANTEX®
PLASTIC FREE OCEAN
Porque o futuro dos oceanos continua a ser a nossa casa, comunicar com a OCEANTEX® é ter uma Atitude Carbono Zero.
SAIBA MAIS
DREAMMEDIA®