Portugueses estão mais preocupados com o ambiente, mas não mudam comportamentos

23 de Março, 2018

Os portugueses estão mais preocupados com o ambiente: esta é a principal conclusão do terceiro estudo do Observatório do Consumo Consciente e com o Índice Nacional do Consumo Consciente (INCC). Mas também não deixa de ser verdade que não parecem dispostos a mudar comportamentos, avança a mesma investigação.

Estes e outros resultados foram apresentados na primeira conferência do Ciclo de Conferências Green Project Awards (GPA) 2018, realizada em parceria com a DECO e em conjunto com o Fórum do Consumo, a Universidade Lusófona, o IADE-Universidade Europeia e a GfK, que decorreu esta manhã no Auditório Agostinho da Silva da Universidade Lusófona, em Lisboa. O Índice foi efetuado com base em indicadores obtidos por um inquérito realizado a uma amostra representativa da população portuguesa continental (1257 indivíduos).

“O consumo consciente devia ser um mantra no dia a dia”

Segundo o estudo (2015 – 2017), 69% dos portugueses admitem estar mais preocupados com o ambiente, face aos 66% dos dois anos anteriores, mas pouco dispostos a pagar taxas ambientais e com pouca participação social. Ainda, usam pouco os transportes públicos nas deslocações diárias, aumentou a compra de automóveis, mas subiram também as boleias.

Quanto à alimentação, 29% dos portugueses compram alimentos biológicos e 74% alimentos produzidos em Portugal. Já sobre equipamentos eletrónicos, preferem repará-los em vez de comprar novos. Em 2017, 64% dos portugueses compraram equipamentos eficientes, comparativamente aos 59% no ano anterior.

O consumo de água engarrafada diminuiu, passando de 37% em 2015 para 32% em 2017. Os comportamentos de reciclagem mantêm-se inalterados.

Jorge Cancela, da DECO, afirmou que “o fator essencial de consumo ainda é o preço e a qualidade”. “O consumidor nunca associa o produto às emissões de CO2. (…) É preciso consciencializar o consumidor que o preço não é só moeda, são as consequências que determinados produtos acarretam e discutir realmente o que é um produto português”, sublinhou.

Por sua vez, José António Rousseau, presidente do Fórum do Consumo, acrescentou que é “pela evolução do consumo que estamos aqui, que vivemos com abundância de escolhas. No entanto, o consumo tem sido diabolizado por não ser feito de forma correta”. “Uma vez que não temos recursos infinitos, sabemos que precisamos de consumir de forma consciente. O consumo consciente devia ser um mantra no dia a dia, em casa, nas escolas e nas empresas”, acredita.

Já Manuela Botelho, secretária-geral da Associação Portuguesa de Anunciantes, realçou ainda que não é possível exigir à população a resolução de problemas que não estão na sua escala de prioridades. “Em 2007, de uma forma abrangente, os portugueses foram questionados quais eram as maiores preocupações que assombravam o mundo: empregos, pobreza e sustentabilidade económica, foram os tópicos mais referidos”, disse, sublinhando que “è importante compreender que os esforços vão estar sempre virados para as prioridades da sociedade – o dinheiro, não o ambiente”.

“Os portugueses já deram provas que estão conscientes para as causas ambientes e preparados para agir, no entanto, é importante que as empresas saibam comunicar o que estão a fazer e qual o impacto positivo que irão proporcionar”, acrescenta.

O estudo revelou ainda que existe um baixo índice de sensibilização também nas camadas mais jovens, entre os 15 e os 24 anos, apesar do trabalho de sensibilização realizado.