

Um futuro sustentável depende do empenho de todos, defendem especialistas

14 de Junho, 2021

“A construção de um futuro mais sustentável depende de todos. E só com a partilha de boas práticas, dúvidas e ideias conseguimos criar um maior sentimento de pertença e de coresponsabilidade na construção desse futuro”. Esta ideia foi partilhada pelos oradores que participaram na conferência “Serei Mesmo Verde? Uma Reflexão Empresarial e Social”, promovida, no passado dia 9 de junho, pela Essência do Ambiente.

“Refletir e debater sobre os desafios ambientais das empresas e da educação e sensibilização para um mundo mais sustentável foi o desafio lançado na conferência”, refere em comunicado a agência promotora do evento.

Numa reflexão sobre “o papel da floresta na economia verde”, o presidente da Associação das Indústrias de Madeira e Mobiliário de Portugal – AIMMP, **Vítor Poças**, considera que “o tema da sustentabilidade ambiental chegou tarde, mas ainda vem muito a tempo de salvarmos o nosso planeta”, alertando para o facto das empresas serem “a resposta para os desafios provocados pelas alterações climáticas e não fazerem apenas parte dela”. Sobre o setor que representa, o responsável reforça a importância das “florestas e da madeira como recursos e ferramentas essenciais para responder aos desafios que as alterações climáticas nos estão a colocar”.

Relativamente aos desafios da Economia Circular no desenvolvimento territorial, o CEO da ad quadratum architectos, **José António Lopes**, considera que a Economia Circular e a Sustentabilidade devem ser enquadradas na ótica das políticas públicas que devem ser tomadas, destacando a importância de se fazer a transição e de se abandonar de vez os princípios e as práticas que podem conduzir a uma Economia Linear. Para José António Lopes, as entidades públicas, enquanto agentes âncora devem “assumir um papel principal no ecossistema territorial, equilibrando urbanidade e ruralidade, enquanto protagonistas na conceção e exploração de novas formas de atuação, produção e comercialização e otimização da cadeia de valor dos produtos e serviços, assegurando assim a sustentabilidade dos recursos”. Deixou ainda o alerta de que é necessário “empoderar os municípios como unidades territoriais capazes de tomar em suas mãos e transformar o seu desenvolvimento urbano, orientado para as prioridades do bem-comum” porque “conjuguar objetivos e metas ambientais, sociais e económicas é urgente e indispensável”.

Já o COO da Tipografia Lessa, **Joaquim Santos Silva**, falou sobre o papel das empresas no uso consciente dos recursos naturais, demonstrando que protegê-los deve fazer parte das medidas que são tomadas no âmbito da responsabilidade social e ambiental das empresas: “As empresas servem como local de sensibilização e formação dos seus colaboradores e paralelamente servem como o motor e promotor de boas práticas com os seus stakeholders”. 0

responsável quis deixar ainda o desafio às empresas de colocarem constantemente questões que fazem a diferença na tomada de decisão: “Qual a origem das materiais primas que compramos? O que compro é ecologicamente responsável? Faço um bom uso desse bem? A minha produção está otimizada? No fim da produção o que acontece ao excedente?”

Para explicar o motivo da sustentabilidade ser a melhor solução de negócio, esteve **Cátia Santana**, Project Officer no Center for Business Innovation da Porto Business School: “O talento está a mover-se para empresas alinhadas com as questões da sustentabilidade, com a proteção de pessoas e a proteção do ambiente”. Além disso, continuou a responsável, “o consumidor está mais consciente e atento às questões da sustentabilidade e isso influencia o seu processo de decisão”. Por isso, defende, “é preciso apostar na inovação e investigação no caminho de uma economia mais sustentável e dar acesso ao capital inteligente a um custo mais reduzido”.

Em destaque esteve, também, o Ecodesign. **Salete Peixinho**, Interior and Product Design na Associative Design refletiu sobre o papel importante do designer e das empresas nas várias fases de criação dos produtos e da sua responsabilidade para com o ambiente: “Desde o esboço temos a responsabilidade de pensar qual a repercussão da nossa criação. Temos a obrigação de desenhar para o ser humano, para o Planeta”. No final lançou uma questão dirigida às empresas que as desafia a repensarem a sua pegada ecológica: “Se que forma um produto pode ser repensado para ser mais sustentável?”.

Já os Técnicos Superiores da DAIPO da LIPOR, **Sara Fernandes e Vitor Pereira**, trouxeram a sua experiência no que toca a eventos sustentáveis e ações de sensibilização, abordando a sua importância para a comunidade. Em destaque estiveram os projetos “Feira Limpa, Compras Com Gosto!” e o “serviço de recolha seletiva em festas e romarias”. Duas campanhas de sensibilização ambiental implementadas nos municípios Lipor, refere o comunicado.

No que diz respeito à gestão da água em Portugal, o Administrador da Plainwater Serviços SGPS e Presidente das Águas de Barcelos, Águas de Paços de Ferreira e Águas do Marco, **Luís Vasconcellos**, sublinhou o importante papel das concessionárias e da falta de informação que existe perante as mesmas, alertando ainda para a escassez da água: “Existem dois grandes problemas em Portugal: a estagnação do setor por motivos ideológicos e a desinformação do consumidor. Continua a esconder-se a verdade e a criar-se uma história de “bicho-papão” em torno das concessionárias”. Para o responsável, a estratégia passa “pela localização dos grandes consumidores de água, porque não podemos permitir processos produtivos de grande consumo onde ela já é escassa, temos de incentivar o consumo de água reciclada, investir no tratamento de águas residuais e definir uma estratégia nacional para as lamas, quer das ETA’s quer das ETAR’s”.

Do lado da sensibilização ambiental e dos desafios e oportunidades do digital neste processo, o diretor de Comunicação da Águas de Barcelos, **Diogo Navarro**, partilhou os projetos “Água Segura” que pretende promover o consumo de água da rede pública, combater a poluição da água e o desperdício de água, e o “Uso Sustentável da Água”, que pretende promover comportamentos assertivos em

relação ao uso de água, nomeadamente o consumo de água rede pública de água, a utilização adequada da água da rede pública e saneamento, proteção dos recursos hídricos e combate ao desperdício de água. Segundo o responsável, “os modelos, tradicionalmente pensados para o presencial, tiveram de ser repensados e adaptados para o contexto digital, permitindo assim em 2021 recuperar os níveis de implementação dos projetos que em 2020, força do confinamento imprevisto, sofreram uma redução”.

Criar estratégia de marketing focadas em comportamentos e ações que garantam a sustentabilidade ambiental é um dos desafios das empresas. O Vice-Reitor da Universidade Portucalense, **Carlos Brito**, destacou o Marketing Verde e a importância das abordagens proativas neste processo: “Os consumidores que adotam um estilo de vida mais saudável e sustentável representam já 30% da população. E é um segmento com tendência crescente”. É, por isso, fundamental assentar a estratégia das marcas “no paradoxo da ação coletiva, na adoção de uma abordagem emotiva e na criação de uma tribo”, defende.

Por fim, o presidente da ASPEA (Associação Portuguesa de Educação Ambiental), **Joaquim Ramos Pinto**, refletiu sobre o futuro da educação ambiental, acreditando que esta cria uma relação de proximidade, defende que “se nós conhecermos a realidade ambiental mais conseguimos valorizar. Conhecer para proteger”. Acredita também que “a participação social é fundamental na manutenção dos Ecossistemas e que o voluntariado ambiental é muito importante na sociedade: uma tendência crescente que vê com muita satisfação”.

O evento terminou com a Essência do Ambiente a apresentar três projetos: o “Artis naturae”, um projeto de inovação social, promovido pelos amigos da montanha, que pretende ser uma escola viva da natureza, sem paredes, onde os espaços natural e urbano vão contribuir para o desenvolvimento holístico e para o sucesso escolar de crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social; o “Green Engineering – for a better tomorrow”, uma iniciativa da AEGIA (Associação de Engenharia e Gestão Industrial de Aveiro) com o propósito de salientar, de uma forma inovadora, a importância das práticas sustentáveis e ecológicas, quer a nível pessoal quer empresarial, para a construção de um mundo equilibrado; e as Mascotes da Essência do Ambiente – Híris e Eco – que vão, através de um projeto letivo integrado, ajudar os mais novos a entender os desafios do ambiente e da sustentabilidade, numa aventura que irá fazer (re)pensar o impacto das nossas ações no futuro do planeta.