

---

# Primeiro Grande Inquérito sobre Sustentabilidade

---

Luísa Schmidt

Mónica Truninger

João Guerra

Pedro Prista

# Índice

- Objetivos e método
  - Prioridades e preocupações
    - Sustentabilidade e sensibilidades
      - Consumo, consumidores e responsabilidade
        - Alimentação e saúde
          - Participação e práticas
            - Crise e mudança
              - Reflexões finais

# Objetivos e método

# Objetivos e método

## Objetivos

### Analisar as representações sociais do conceito de sustentabilidade

- Considerando as suas quatro dimensões
  - Ambiental, Social, Económica, Institucional (governança)
- Analisando práticas e comportamentos
  - Particularmente no consumo, na alimentação e no desperdício alimentar
- Avaliando os impactos da crise
  - Nas representações e nas práticas de sustentabilidade

## Método

### • Inquérito presencial

#### Data de aplicação

- 7 de abril a 7 de maio de 2016

#### Amostra

- **1.500** inquiridos
- **Residentes em Portugal**
- **Maiores de 18 anos**

#### Amostragem aleatória estratificada:

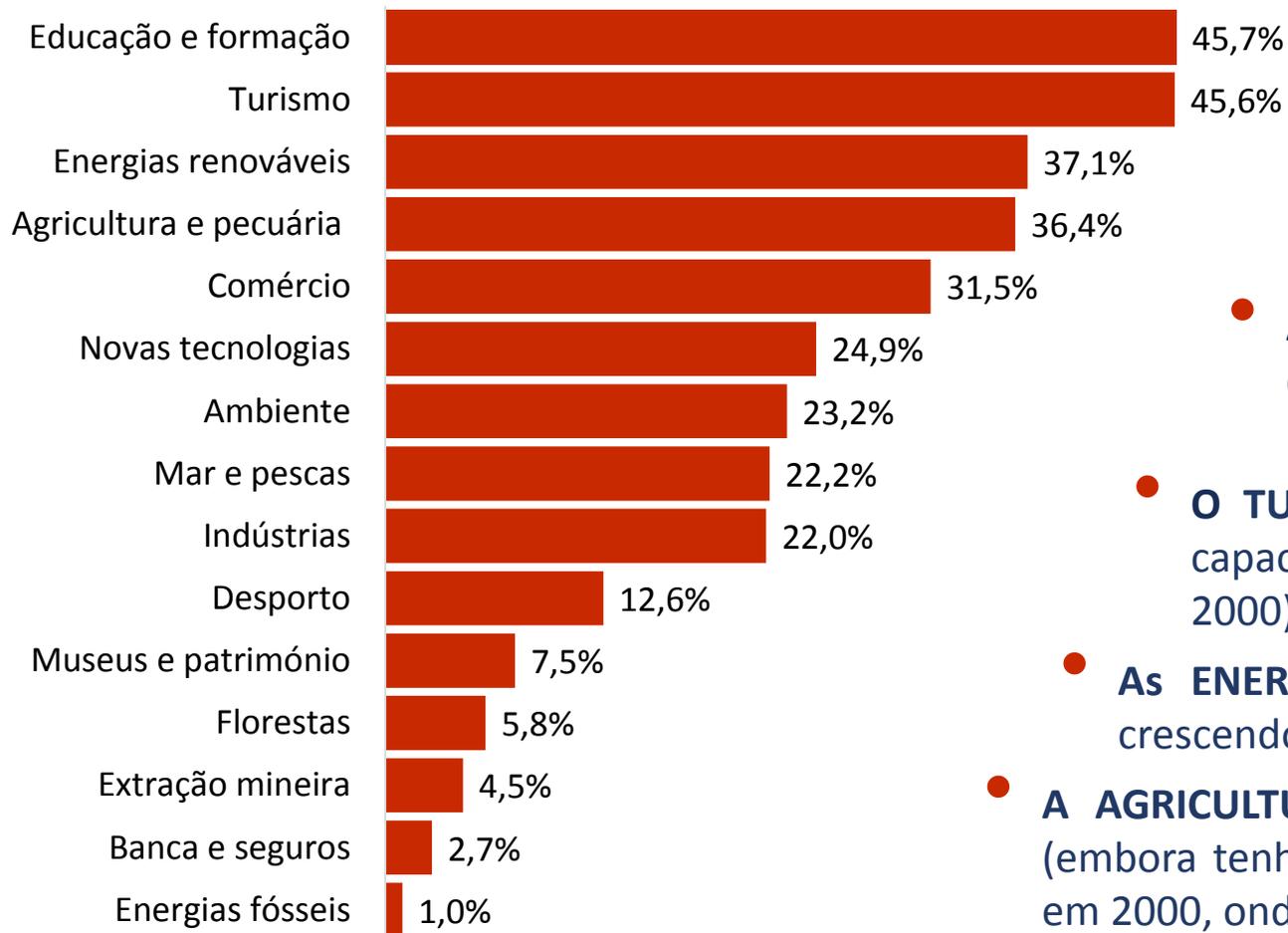
- **Região,**
- **Género,**
- **Idade,**
- **Escolaridade**

Intervalo de Confiança: 95%

# Prioridades e preocupações

Como veem os portugueses o seu país e que expectativas têm quanto ao seu desenvolvimento

# Setores em que o país deve investir

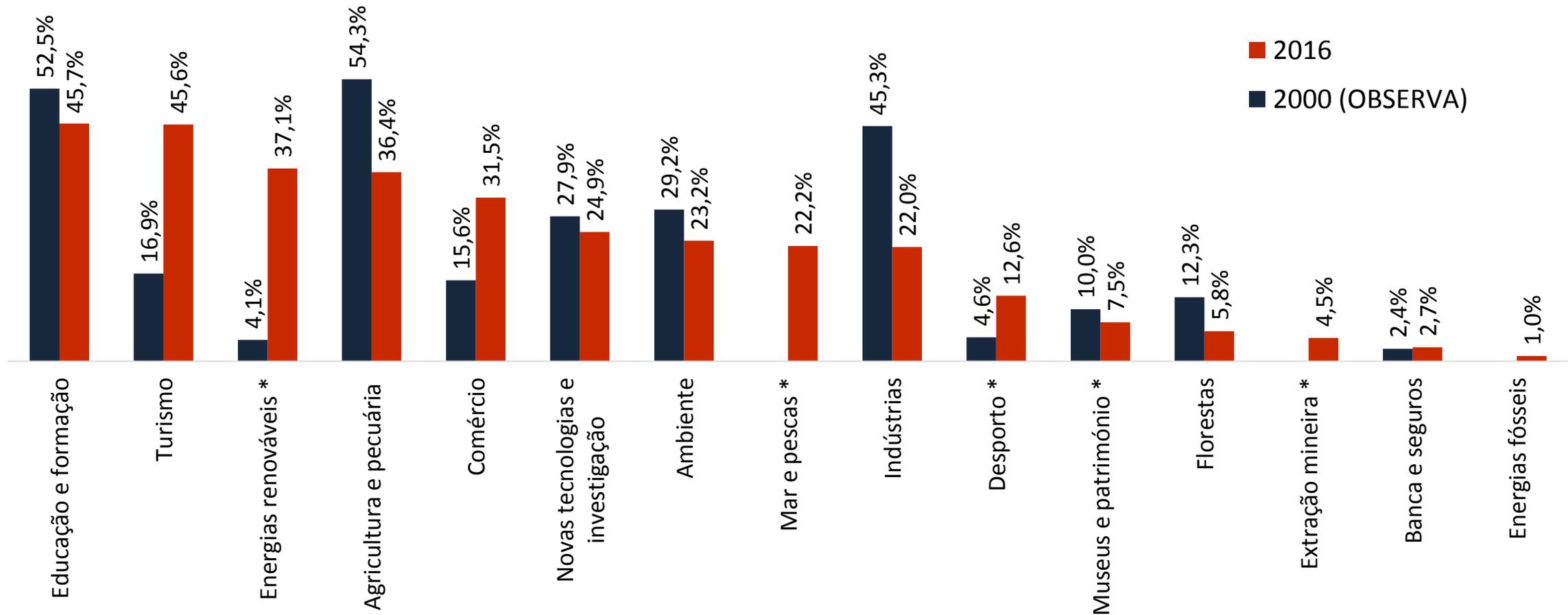


**‘Educação e formação’ e Turismo (+ de 45%) e ‘Energias renováveis’ e ‘Agricultura e pecuária’ (+36%) destacam-se como áreas mais prioritárias**

- **A EDUCAÇÃO/FORMAÇÃO** como instrumentos de competitividade cruciais, numa Europa desigual em que Portugal mantém défices claros.
- **O TURISMO** como área onde os portugueses pressentem maior capacidade de afirmação (que saltou exponencialmente desde 2000).
- **As ENERGIAS RENOVÁVEIS** como sector recente, inovador e em crescendo.
- **A AGRICULTURA** é também importante num país de tradição agrícola (embora tenha perdido importância relativamente a um inquérito aplicado em 2000, onde era a primeira opção).

# Setores em que o país deve investir

## Comparação entre 2000 e 2016



\* Categorias diferentes em 2000 e 2016

# Sectores em que o país deve investir. Quem defende o quê?

## HOMENS

- +Mar e Pescas (H 25,6%; M 19,3%)
- +Indústria (H24,8%; M 20,1%)
- +Desporto (H16,7%; M 9,1%)

## MULHERES

- +Educação/Formação (M 51%; H 39,4%)
- +Energias Renováveis (M 39,7%; H 34,2%)

## GRUPO ETÁRIO 18-34

- +Energias Renováveis (49,2%; MN 37,1%)
- +Turismo (51,9%; MN 45,6%)
- +Novas Tecnologias (33,1%; MN 23,3%)
- +Desporto (16,7%; MN 12,6%)

## GRUPO ETÁRIO 35-54

- +Educação/Formação (52,8%; MN 45,7%)

## GRUPO ETÁRIO > 54 anos

- +Agricultura e pecuária (42,9%; MN 36,4%)
- +Comércio (42,6%; MN 31,5%)

## PESSOAS COM FILHOS MENORES

- +Educação/Formação (58,6%; MN 45,7%)
- +Energias Renováveis (46,3%; MN 37,1%)

## COM ENSINO SUPERIOR

- +Educação/Formação (53%; MN 45,7%)
- +Energias Renováveis (52,2%; MN 37,1%)
- +Turismo (52,4%; MN 45,6%)
- +Novas Tecnologias (30,8%; MN 23,3%)
- +Ambiente (26,5%; MN 23,2%)

## ÁREAS METROPOLITANAS

- +Educação Formação (51,2%; MN 45,7%)

## CIDADES MÉDIAS

- +Ciência e Investigação (2,1%; MN 1,7%)

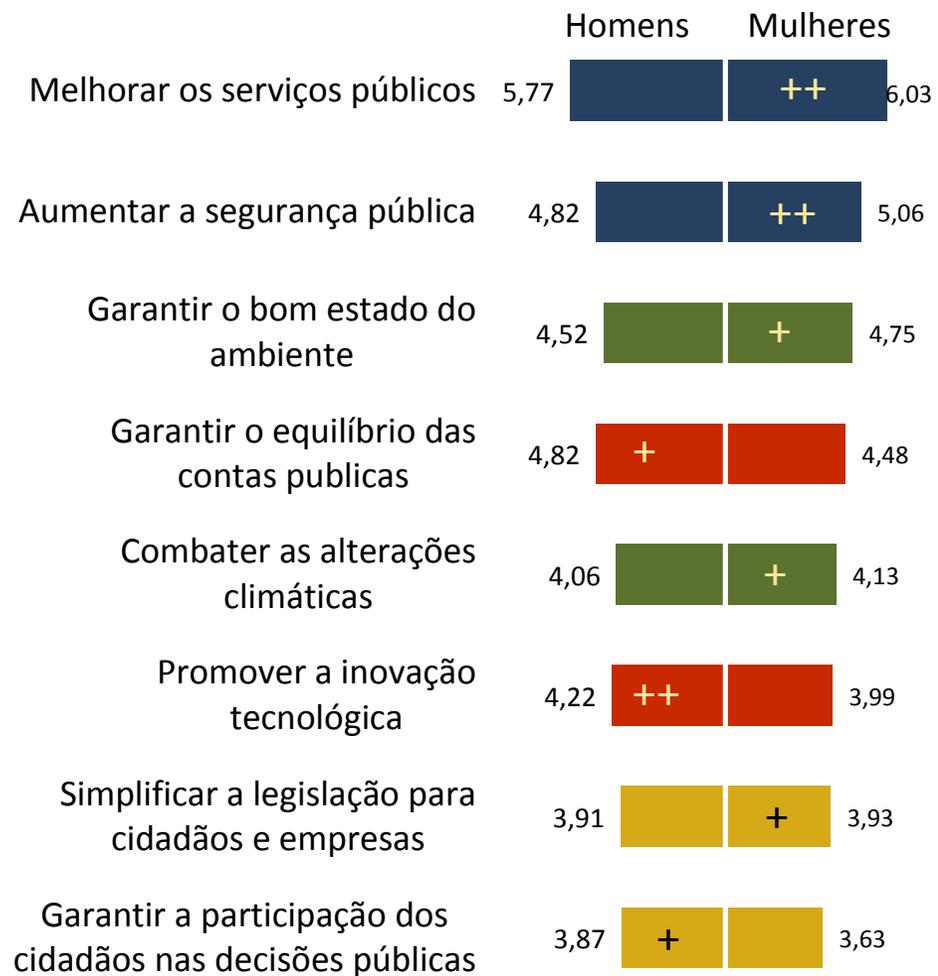
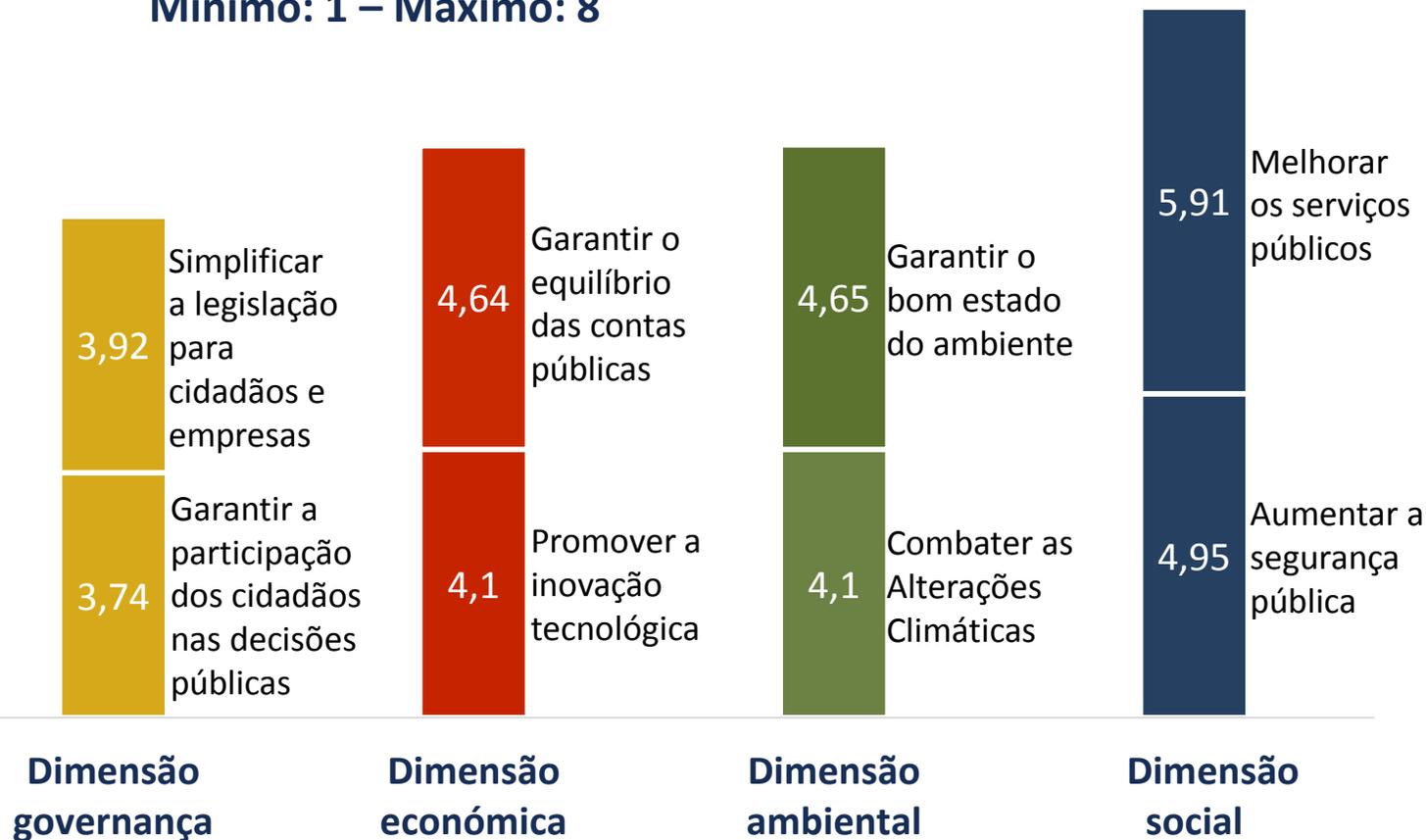
## ÁREAS RURAIS

- +Turismo (57%; MN 45,6%),
- +Comércio (40,4%; MN 31,5%)
- +Ambiente (30,6%; MN23,2%)
- +Desporto (18,1%; MN 12,6%)

H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

# Prioridades nas políticas públicas

Mínimo: 1 – Máximo: 8



# Quem defende o quê nas Políticas Públicas?

Percentagens das duas primeiras dimensões (economia e ambiente)

## HOMENS

- +Garantir o equilíbrio das contas públicas (H 28,4%; M 24,6%)
- +Promover a inovação tecnológica (21,6%; M 16,9%)

## MULHERES

- +Melhorar os serviços públicos (M 57,1%; H 50,1%)
- +Aumentar a segurança pública (M 32,8%; H 28,0%)

## GRUPO ETÁRIO 25-64

- +Melhorar os serviços públicos (55,7%; MN 53,0%)
- +Simplificar a legislação (17,6%; MN 15,5%)

## GRUPOS ETÁRIOS EXTREMOS (+Jovens + Velhos)

- +Garantir o bom estado do ambiente (26,5%; MN 23,7%)

## MAIS ESCOLARIZADOS (Ensino Superior)

- +Garantir Equilíbrio das contas públicas (29,6%; MN 26,4%)
- +Combater as A. Climáticas (20,0%; MN 17,0%)

## MENOS ESCOLARIZADOS (Sem Ensino Superior)

- +Aumentar a segurança pública (33,2%; MN 25,4%)

## GRUPOS ETÁRIOS EXTREMOS (+Jovens + Velhos)

Valorização da segurança pública

## ÁREAS RURAIS

- + Garantir o bom estado do ambiente (31,4%; MN 23,7%)
- Aumentar a segurança pública (21,8%; MN 30,3%)

## CIDADES MÉDIAS

- Melhorar os serviços públicos (50,8%; MN 53,4%)
- +Aumentar a segurança pública (32,5%; MN 30,3)

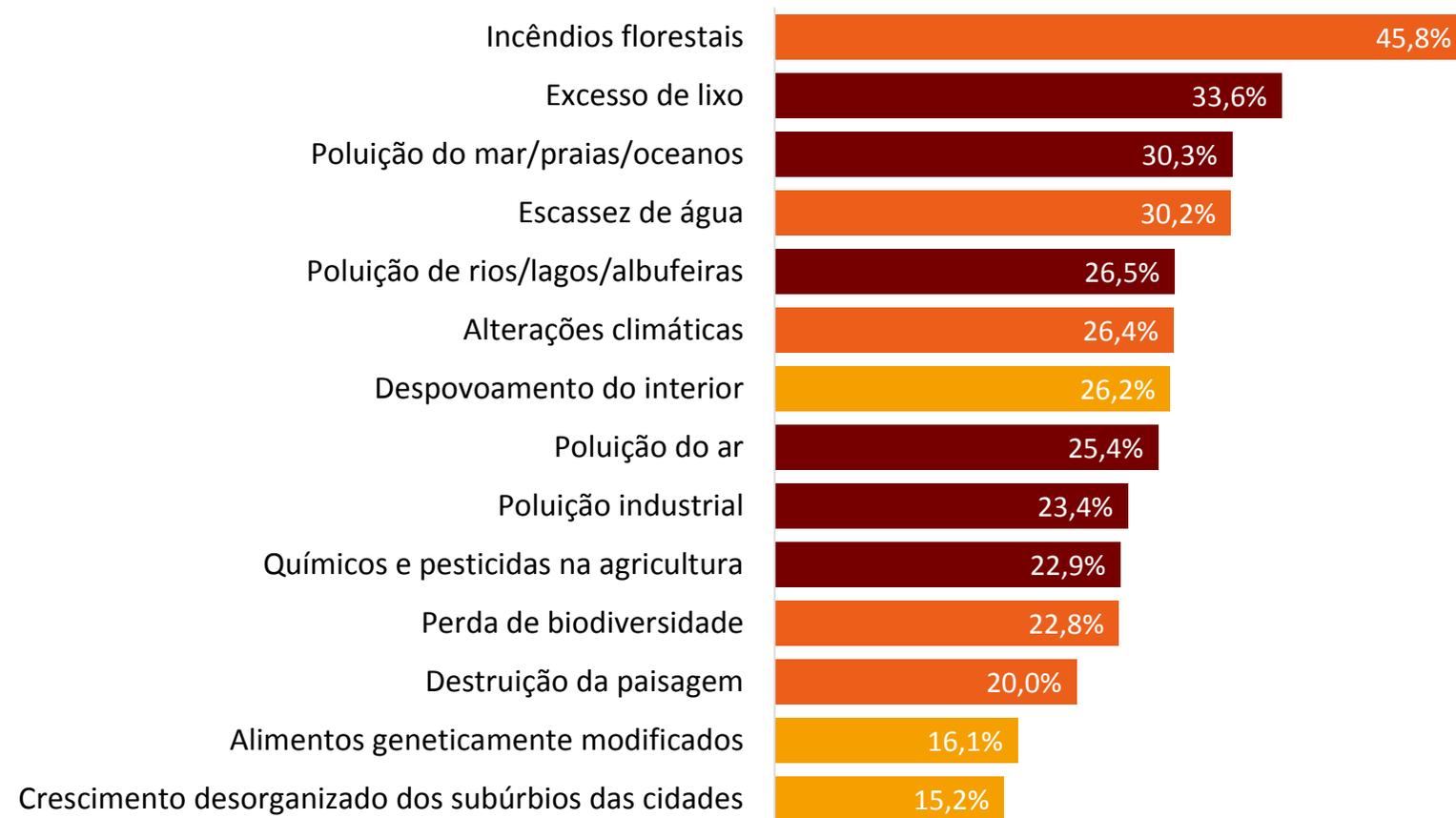
## ÁREAS METROPOLITANAS

- +Garantir equilíbrio das contas públicas (30,5%; MN 26,4%)

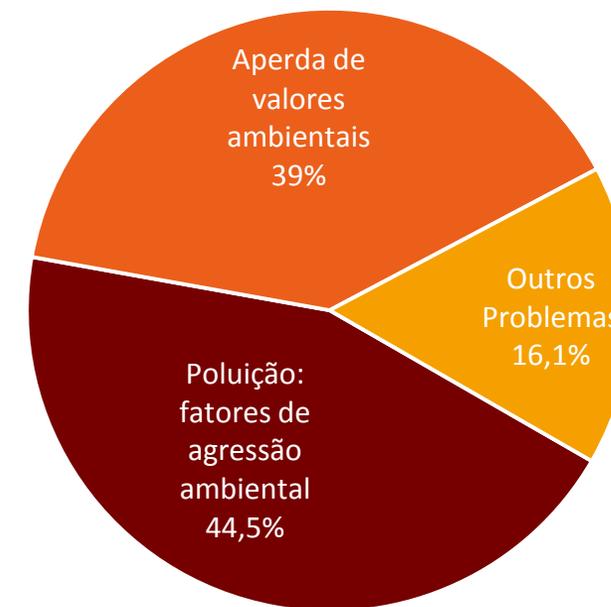
H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

# Preocupações ambientais prioritárias

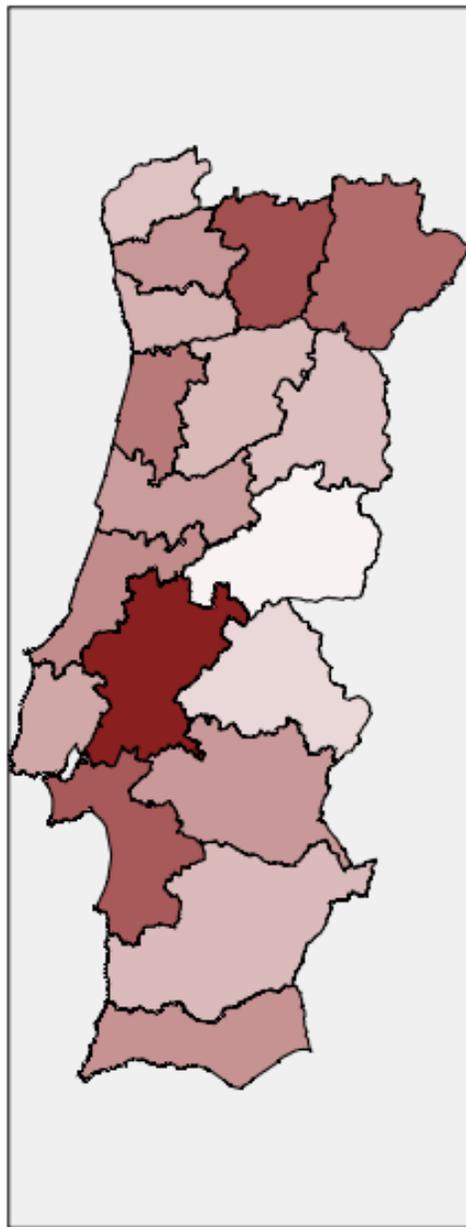
## Principais preocupações ambientais entre os portugueses



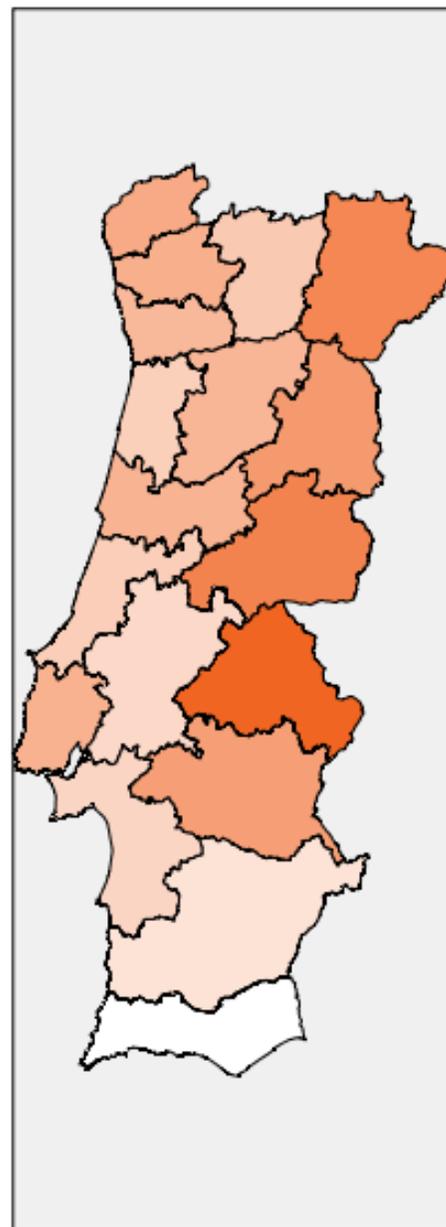
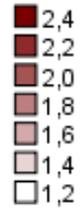
## Categorias de problemas selecionados Percentagem do total de respostas



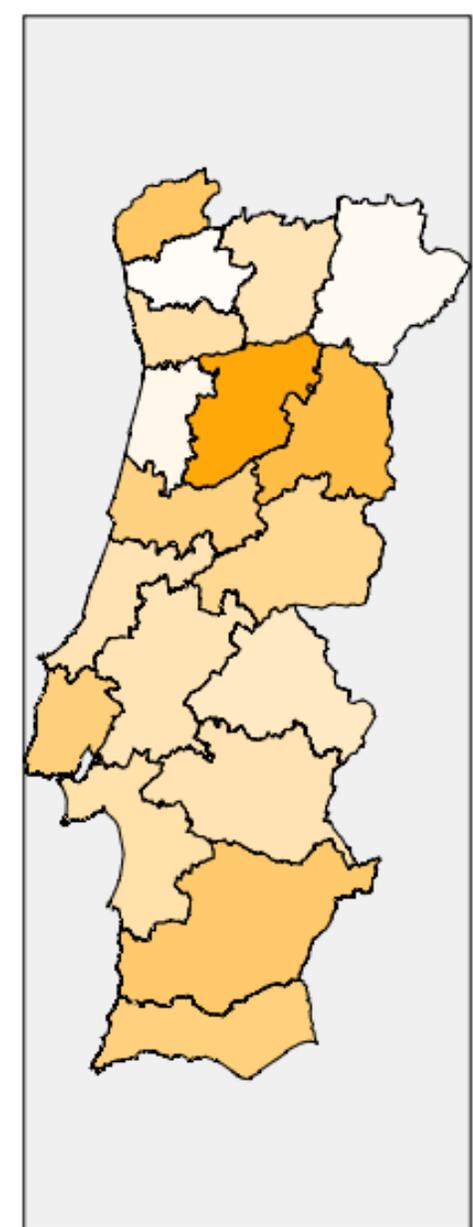
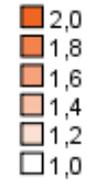
# Preocupações ambientais prioritárias por distrito



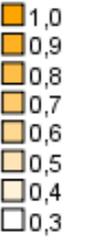
Fatores de agressão ambiental



Perda de valores ambientais



Outros problemas



# Quem está mais preocupado com o quê?

## Fatores de agressão ambiental

44,5% das respostas

### QUÍMICOS E PESTICIDAS

+Algarve 34,5%; +Centro 32,6%; +Alentejo 31,8%, MN 23,3%

### EXCESSO DE LIXO

+Grupo Etário > 54 anos 37,2%; MN 32,8%

-Áreas metropolitanas 28,0%; MN 32,8%

+Alentejo 54,2%; +Madeira 50,8%, +Açores 47,5%; MN 32,8%

### POLUIÇÃO DO AR

+Com ensino superior 26,8%; -Sem ensino superior 20,3%

-Cidades médias (21,6%; MN 25,6%)

### POLUIÇÃO INDUSTRIAL

+ Mulheres 25,8%; -Homens 21,7%

-Grupo Etário > 54 anos 18,8%; MN 23,9%

+Grande Porto 31,2%; +Algarve 27,3%; MN 23,9%

### POLUIÇÃO DE RIOS E ALBUFEIRAS

+Grupo Etário 35-44 anos 30,1%; MN 27,3%

+Zonas rurais 33,7%; MN 27,3%

+Norte 48,1%; -Madeira 9,8%; -Alentejo 10,3%; MN 27,3%

### POLUIÇÃO DO MAR E DOS OCEANOS

-Cidades médias 27,5%; MN 30,6%

+Açores 40,7%; +Grande Lisboa 30,1%; MN 25,2%

+Algarve 43,6%; +Açores 37,3%; -Madeira 16,4%; MN 30,6%

## Perda de valores ambientais

39,4% das respostas

### INCÊNDIOS

+AF com filhos 52,6%; -AF sem filhos 45,2%

+Grupo Etário 35-49 anos 51,1%; MN 46,5%

+Áreas Metropolitanas 50,9%; MN 46,5%

+Grande Porto 62,5%; Madeira; -Algarve 23,6%; MN 46,5%

### ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

+ Com Ensino Superior 28%; Sem Ensino Superior 18,4%

+Açores 35,6%; Centro 32,3%; Grande Lisboa 29,8%; MN 25,6%

### ESCASSEZ DE ÁGUA

+Grupo Etário > 54 anos 34%; MN 29%

+Sem Ensino Superior 31,0%; -Com Ensino Superior 26,2%

+Alentejo 50,5%; +Norte 48,6%, MN 29,8%

### PERDA DE BIODIVERSIDADE

+Açores 30,5%; +Centro 28,2%; -Algarve 7,3%; MN 22,7%

### DESTRUIÇÃO DA PAISAGEM

+AF com filhos 20,8%; AF sem filhos 16%

+Açores 28,8%; +Madeira 27,9%; +Grande Porto 25,4%; MN 19,9%

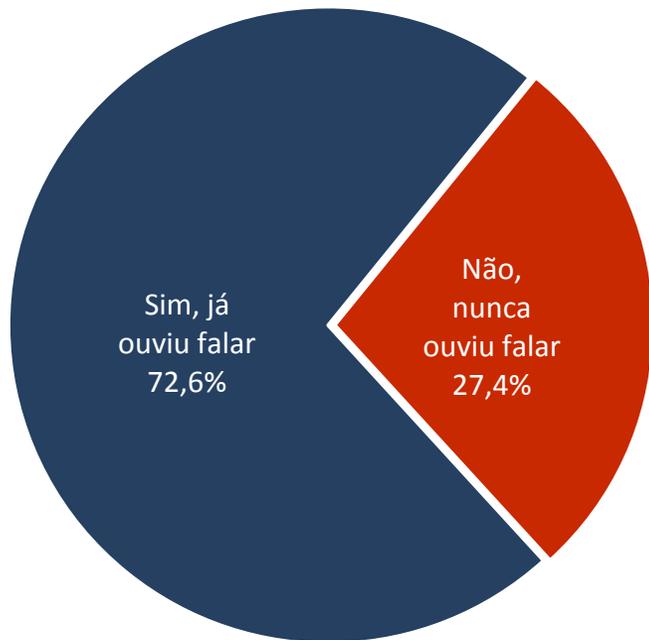
AF Agregado Familiar; MN = Média Nacional

# Sustentabilidade e sensibilidades

Como interpretam os portugueses a Sustentabilidade e que valor atribuem às suas diferentes dimensões

# Familiaridade com o termo “Sustentabilidade”

Já ouviu falar no termo “sustentabilidade” ?



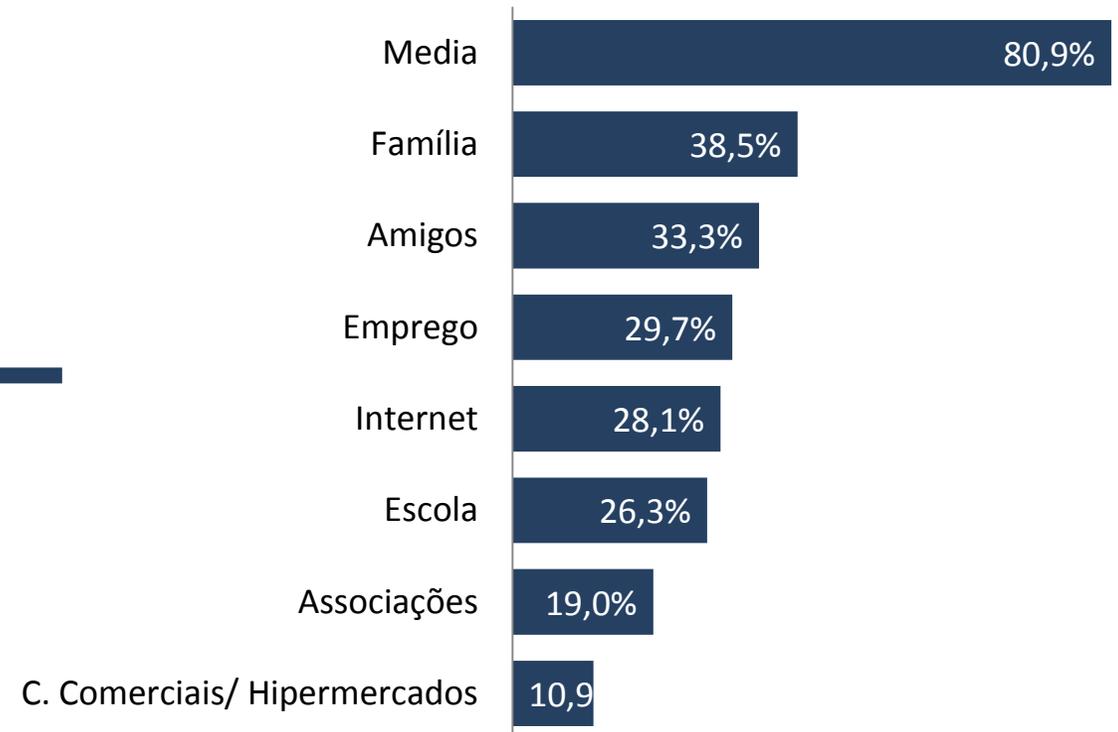
+

**Zonas urbanas**  
**Maior escolaridade**

**Inquiridos mais velhos**  
**Menor rendimento**  
**Zonas rurais**

-

Contexto em que se ouviu falar no termo “sustentabilidade”

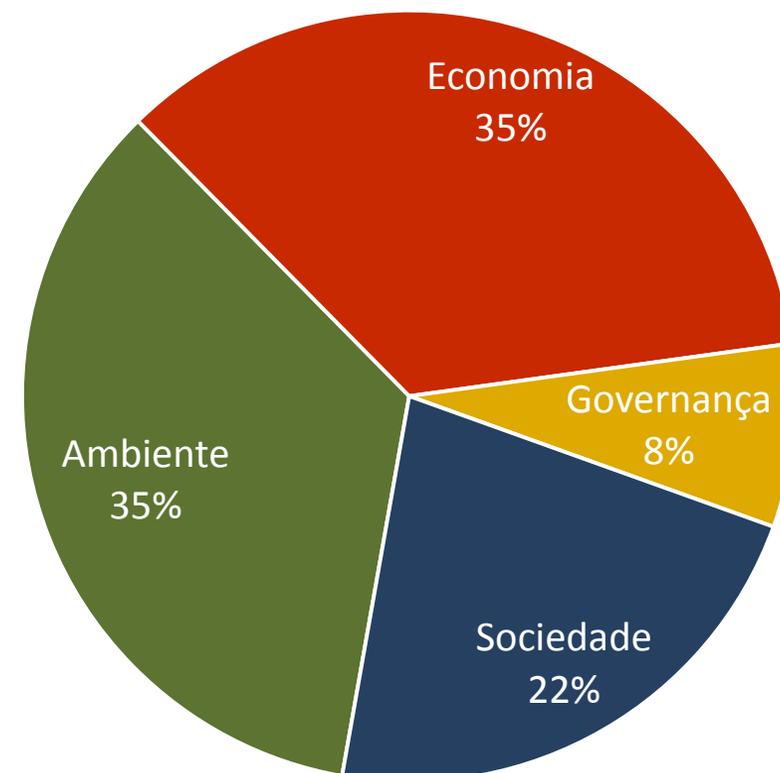


# Dimensões cognitivas da sustentabilidade

## Percentagem de inquiridos



## Percentagem de respostas por dimensões



# A sustentabilidade vista pelos portugueses

## Ambiente (35%) – dois exemplos de expressões associadas

### CONSERVAÇÃO DA NATUREZA

- = Homens/Mulheres (M 45,0%; H 41,0%)
- +AF c/filhos menores (C/F 56,3%; S/F 40,3%)
- +Mais novos (MN 43,1%)
- +Escolaridade (C/E. Superior 57,8%; S/E. Superior 38,3%)
- +Áreas metropolitanas (49,8%; MN 43,1%)
- +Alentejo 53,3%; G. Porto 53,0%; G. Lisboa 49,7%

### COMBATE ÀS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

- +Mulheres (M 17,5%; H 13,7%)
- +AF c/filhos menores (C/F 21,6%; S/F 14,4%)
- + Mais novos (MN 15,7%)
- +Escolaridade (C/E. Superior 25,7%; S/E. Superior 12,5%)
- + Áreas metropolitanas (20,1%; MN 15,7%)
- +Alentejo 25,2%; G. Lisboa 19,4%; G. Porto 19,4%

## Economia (35%) – dois exemplos de expressões associadas

### CONSUMO RESPONSÁVEL

- =Homens/Mulheres (M 48,9%; H 46,5%)
- =AF c/filhos menores (C/F 51,1%; S/F 47,1%)
- +Grupo Etário 18-34 anos (54,9%; MN 47,8%)
- +Escolaridade (C/E. Superior 58,4%; S/E. Superior 44,3%)
- +Habitat urbano (-Zonas rurais 41,5%; MN 50,0%)
- +Madeira 72,1%; Alentejo 62,6%; Centro 51,9%; MN 47,8%

### EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

- =Homens/Mulheres (M 20,0%; H 21,2%)
- +AF c/filhos menores (C/F 27,6%; S/F 19,0%)
- +Grupo Etário 18-34 anos (26,2%; MN 20,5%)
- +Escolaridade (C/E. Superior 30,5%; S/E. Superior 17,3%)
- +Habitat urbano (+Á. Metropolitanas 22,0%; MN 20,5%)
- +Centro 25,8%; + Grande Lisboa 22,8%, MN 20,5%

AF = Agregado Familiar; C/F = Com filhos; S/F = Sem filhos; H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

# A sustentabilidade vista pelos portugueses

## Sociedade (22%) – dois exemplos de expressões associadas

### REDUÇÃO DA POBREZA

- +Homens (H 25,6%; M 21,1%)
- +AF s/filhos menores (C/F 16,0%; S/F 24,7%)
- +Maiores 65 anos (28,0%; MN 23,1%)
- Escolaridade (S/E. Superior. 27,0%; C/E. Superior 11%)
- +Habitat (+ Zonas rurais 25,4%; 23,1%)
- +Algarve 34,5%; G. Porto 30,0%, G. Lisboa 23,8; MN 23,1%

### SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO

- = Homens/Mulheres (M 13,5%; H 14,4%)
- +AF c/filhos menores (C/F 16,8%; S/F 13,3%%)
- =Idade (Grupo etário > 65 anos 14,9%; MN 13,9%)
- Escolaridade (S/E. Superior 15,3%; C/E. Superior 9,7%; )
- =Habitat (Zonas rurais 15,0%; MN 13,9%)
- +Açores 28,8%; G. Porto 17,0%; Algarve 16,4%; MN 13,9%

AF = Agregado Familiar; C/F = Com filhos; S/F = Sem filhos; H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

## Governança (8%) – dois exemplos de expressões associadas

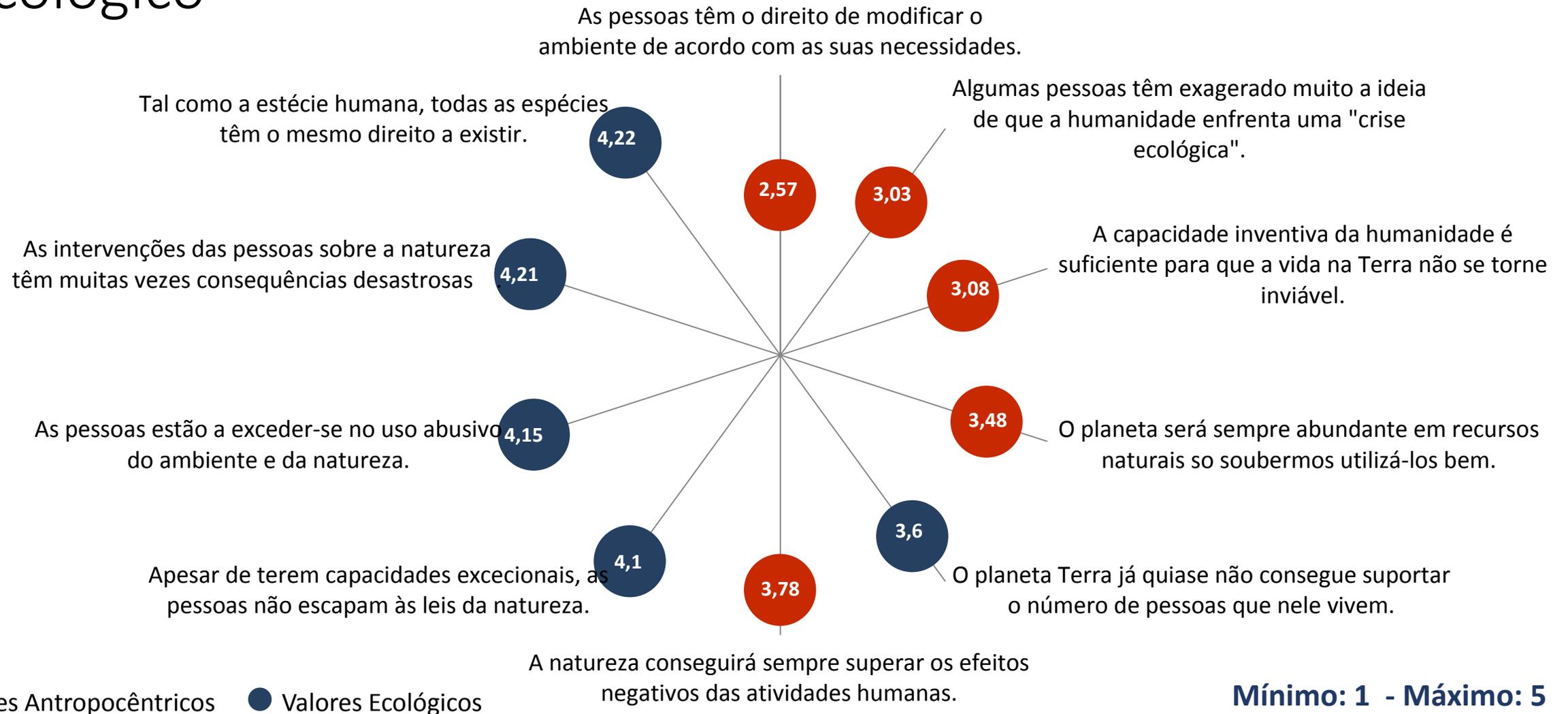
### MAIOR TRANSPARÊNCIA POLÍTICA

- +Homens (H9,6%; M 6,9%)
- +AF S/filhos menores (S/F 8,7%; C/F 5,6%)
- =Idade (Grupo Etário > 65 anos 9,5%; MN 8,1%)
- +Escolaridade (C/E. Superior 8,7%; S/E. Superior 6,5%%)
- +Açores 15,3%; Algarve 14,5%; G. Lisboa 10,7%; MN 8,1%

### PARTICIPAÇÃO NOS PROCESSOS DE DECISÃO (EMPRESAS)

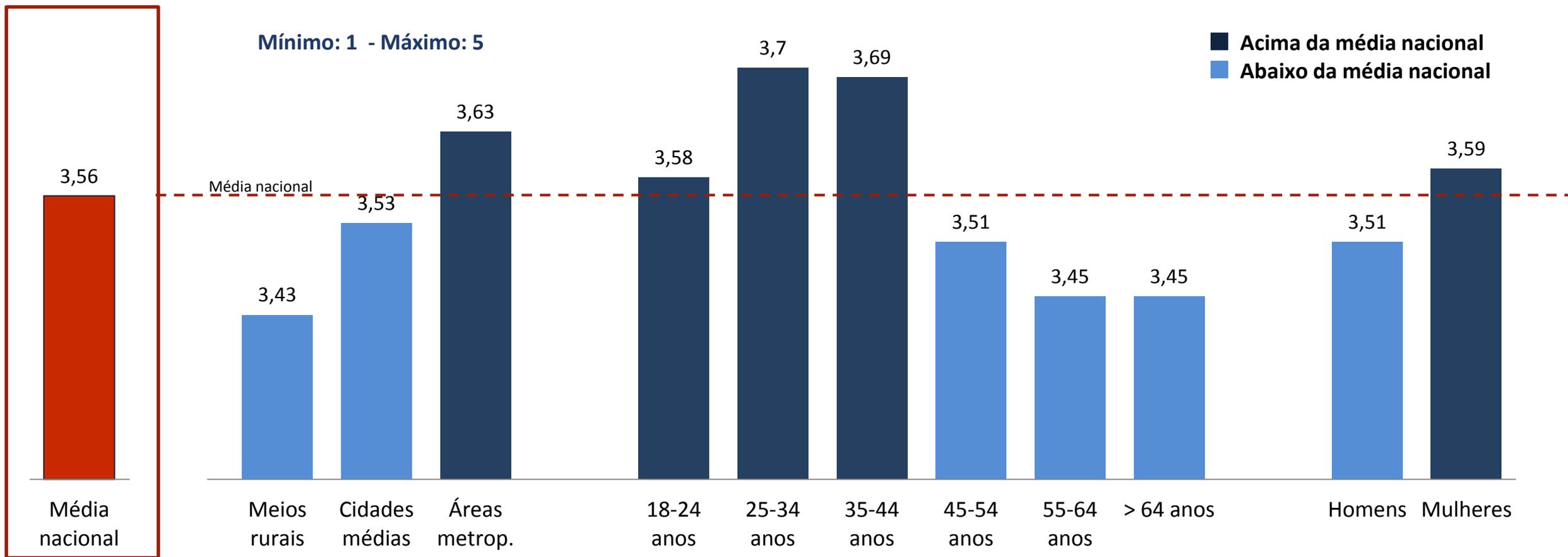
- =Homens/Mulheres (M 6,7%; H 6,1%)
- +AF S/filhos menores (S/F 7,0%; C/F 3,7%; )
- +Grupo Etário > 65 anos 8,6%; MN 6,4%
- Escolaridade (S/E. Superior 6,9%; C/E. Superior 4,9%)
- =Habitat (Zonas rurais 9,8%; MN 6,4%)
- +Açores 15,3%; Madeira 9,8%; Centro 8,0%; MN 6,4%

# Do Paradigma Social Dominante ao Novo Paradigma Ecológico



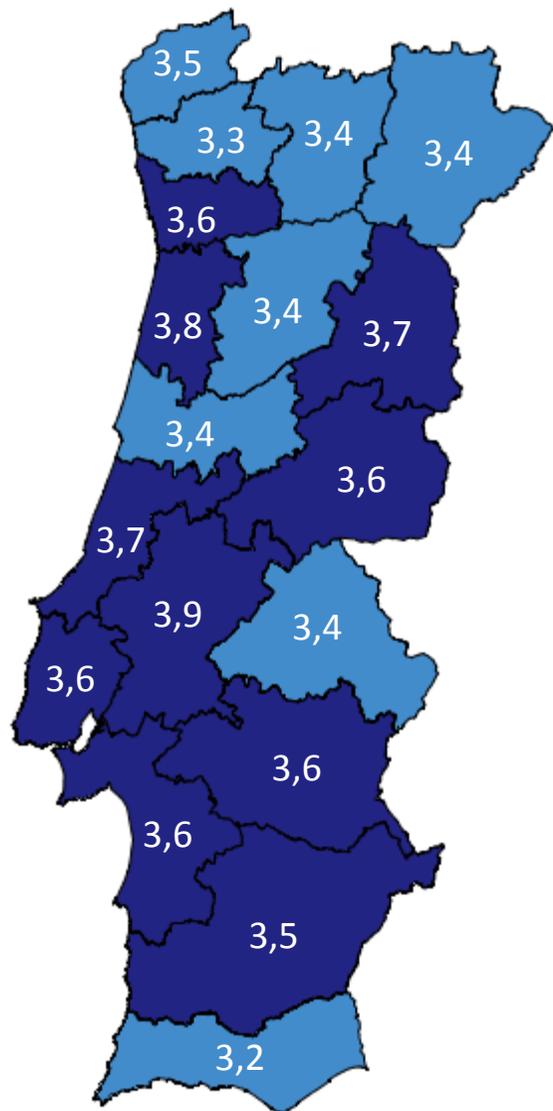
Mínimo: 1 - Máximo: 5

# Índice de adesão aos valores ecológicos\* (Escala NEP)



\* Média de concordância com as 10 afirmações, tendo o resultado das cinco com pendor antropocêntrico sido invertido para medir a adesão aos valores ecológicos.

# Adesão ao Novo Paradigma Ecológico por distrito

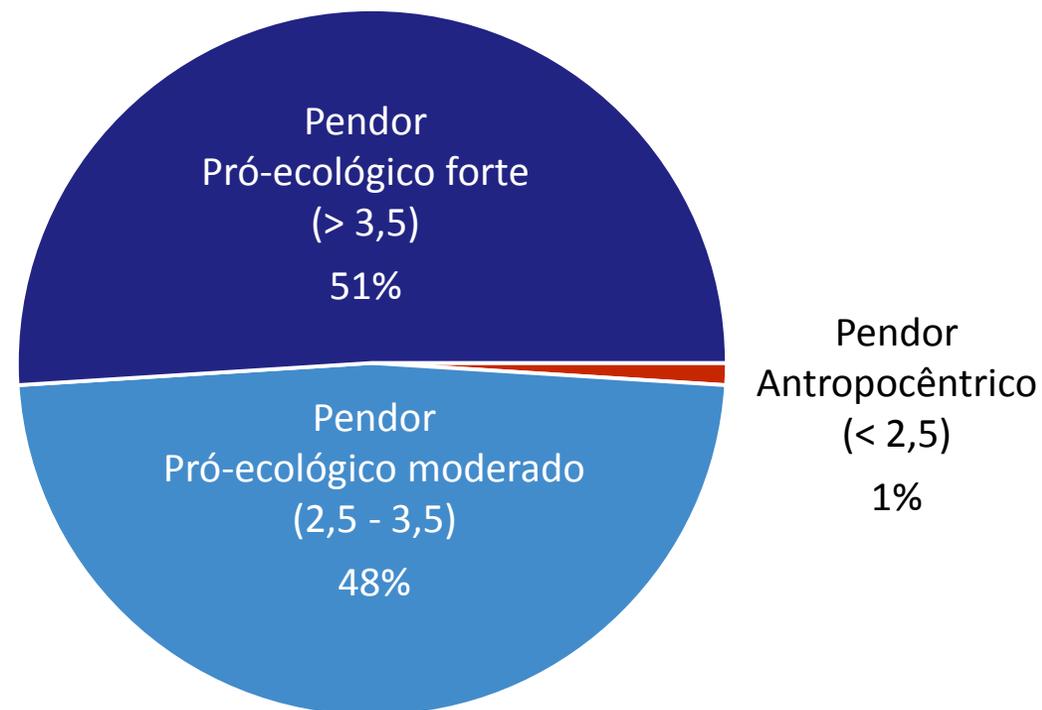


Os valores ecológicos são já uma realidade em Portugal

Nenhum distrito apresenta valores que se aproximem de posições antropocêntricas.

Mas é nas Áreas Metropolitanas e no Sul que os portugueses se afirmam mais pró-ecológicos

Valores globais nacionais



Mínimo: 1 - Máximo: 5

# Adesão aos Novos Valores Ecológicos segundo a familiaridade com o termo sustentabilidade



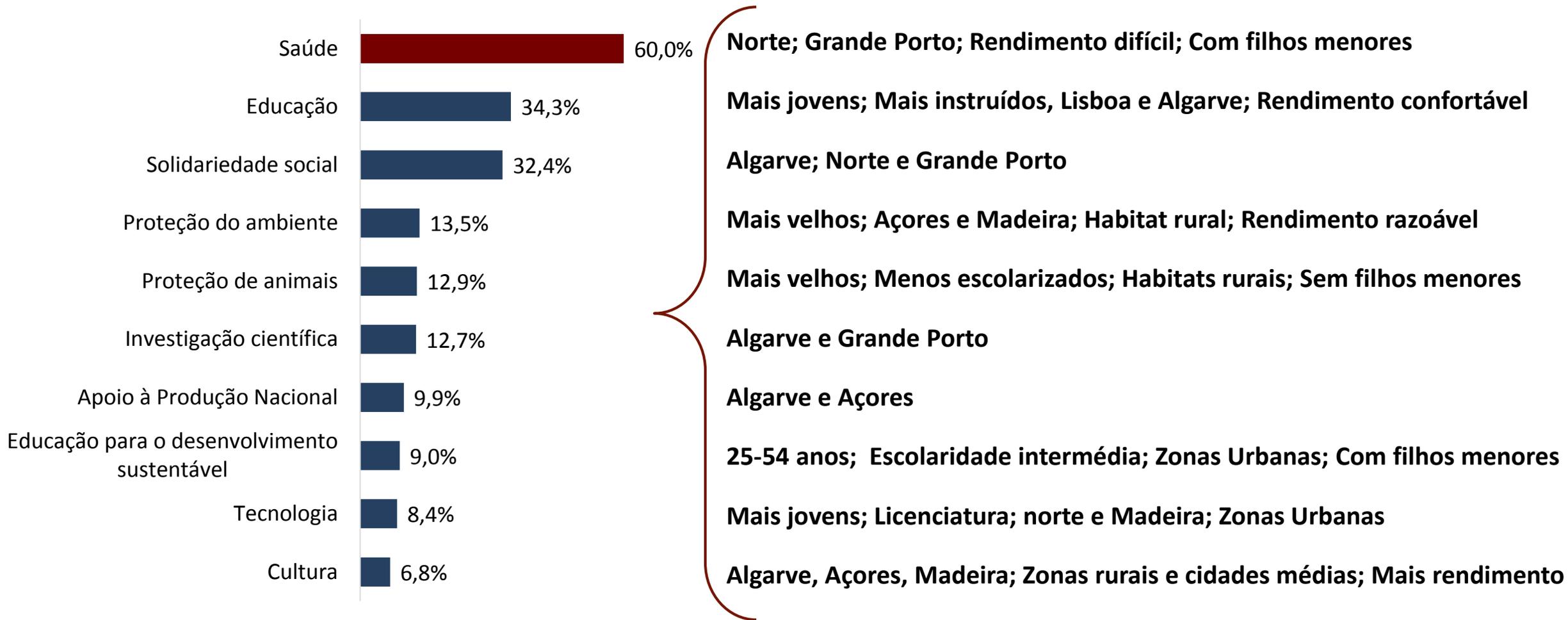
# Em que medida concorda com as seguintes afirmações?



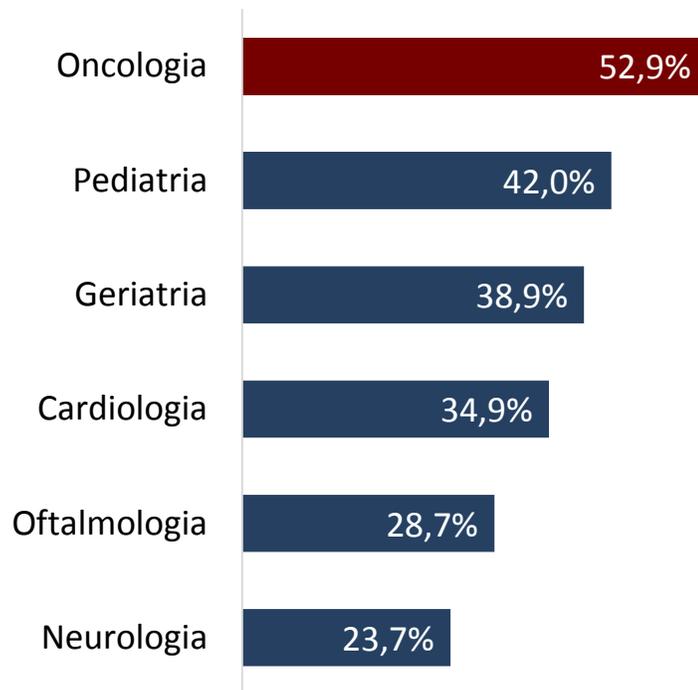
**Seja qual for a dimensão da sustentabilidade em causa e, pelo menos ao nível do discurso, os portugueses parecem bastante abertos a pagar para conseguir uma sociedade mais sustentável**

*Mesmo que isso implique custos e preços mais elevados!*

# Áreas onde as empresas devem realizar ações de responsabilidade social (% das opções mais citadas em 1º e 2º lugar)



# O que merece ser mais apoiado pelas empresas na área da saúde



**Mulheres; 18-54 anos; E. Secundário e Superior; Áreas Urbanas; Com filhos**

**Mulheres; 25-54 anos; E. Secundário e Superior; Áreas Urbanas; Com filhos**

**25-54 anos; Licenciatura/Mestrado; Áreas Metropolitanas; Com filhos**

**18-54 anos; Licenciatura/Mestrado; Áreas Urbanas; Com filhos**

**18-54 anos; Licenciatura/Mestrado; Grande Lisboa e Grande Porto**

**18-54 anos; Licenciatura/Mestrado; Grande Lisboa, Com filhos**

# Consumo, consumidores e responsabilidade

Como se posicionam os portugueses perante as práticas de consumo que se articulam às 4 dimensões da sustentabilidade e como integraram a dimensão moral (positiva ou negativa) no acto de consumir

# Perfis do consumidor português (médias)

Mínimo: 1 - Máximo: 5



# Dos perfis marginais aos perfis dominantes

## Dois perfis marginais

- O perfil **'vítima'** não é muito expressivo entre os inquiridos. Eventual efeito "DECO" no esforço de defender os direitos dos consumidores face à publicidade enganosa.
- O perfil **'aventura'** também é pouco expressivo entre os portugueses. Revêm-se pouco no papel de aventureiros, que reservam para os mais jovens, menos conservadores

As franjas do consumo

## Quatro perfis emergentes

- O perfil **'prosumer'** (produtor-consumidor) faz ou repara as coisas por si próprio. Importância da criatividade (DIY). Efeito "IKEA".
- O perfil **'ético'** defende princípios éticos (e.g., comércio justo), numa prática de consumo 'militante' e pró-ativa.
- O perfil **'identidade'** opta por um estilo de vida e expressa a sua identidade pessoal através do que compra.
- O perfil **'hedonista'** dá primazia ao prazer. Comprar é sinónimo de realização e de satisfação pessoais

Uma mudança paulatina para padrões de consumo alternativos

## Três perfis dominantes

- O perfil **'constrangido'** reflete os efeitos da crise económica e a necessidade de gerir o orçamento familiar de forma frugal e cautelosa (e.g. ideal do consumidor racional)
- O perfil **'livre-escolha'** reflete a procura da variedade e liberdade de escolha. Tardia consolidação da sociedade de consumo que resiste à crise.
- O perfil **'comunicador'** resiste à crise e continua a valorizar as marcas.

O *ethos* consumista que perdura apesar da crise

# Perfis de consumidores e características sociais mais relacionadas

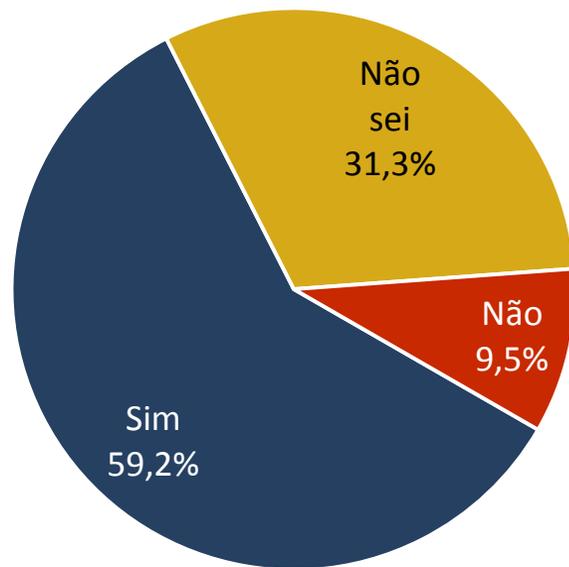
% correspondem à soma das categorias “Concordo” e “Concordo muito”

Constrangido	Hedonista	Vítima	Prosumer	Livre-escolha	Comunicador	Identidade	Ético	Aventura
+Mulheres M72% H65%	+Mulheres M45% H39%	+Mulheres M39% H36%	+Homens M45% H52%	+Mulheres M63% H57%		+Mulheres M48% H40%	+Mulheres 47% M42%	
+Filhos menores C/70% S/67%		-Filhos menores C/33% S/38%		+Filhos menores C/66% S/59%				-Filhos menores C/29% S/35%
+35/54 anos 74% MN68%	+18/34 anos 48% MN42%	-18/34 anos 35% MN37%		-54 ou mais 50% MN60%	+18-34 anos 61% MN54%		+35-54 anos 48% MN45%	+18-24 anos 37% MN33%
+Ens.Superior C/75% S/66%		-Ens.Superior C/30% S/40%		+Ens.Superior C/72% S/57%	+Ens.Superior C/60% S/52%		+Ens.Superior C/48% S/44%	-Ens.Superior C/23% S/36%
			+Zonas Rurais 51% MN48%			+Zonas Rurais 49% MN45%	+Zonas Rurais 52% MN45%	
+G.Porto 71% +G.Lisboa 73%	+Algarve 64% -Madeira 23%	+Madeira 52% -Alentejo 24%		+G.Porto 68% +G.Lisboa 66%			+Algarve 62% -Madeira 20%	

H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

# Disponibilidade para reduzir os padrões de consumo

Disponibilidade para reduzir os padrões de consumo sabendo que, se todas as pessoas do mundo consumissem a mesma quantidade de produtos do que os europeus, seriam necessários mais de 2 planetas...



- + Mulheres (M 61,7%; H 56,3%)
- + Agregados com filhos menores (C/ 66,4%; S/ 57,6%)
- + Idades intermédias (25-54 anos 62,7%; MN59,2%)
- + Com Ensino Superior (C/ 68,1%; S/ 56,3%)
- + Áreas Metropolitanas (A. Metropolitanas 63,8%; MN59,2%)
- + Açores 71,2%; Madeira 70,5%; Norte 64,8%; Centro 63,2%

H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

Mínimo: 1 - Máximo: 5

# Sensibilidade sócio ambiental dos portugueses e disponibilidade para mudar hábitos de consumo

## Grau de preocupação sobre algumas questões de justiça sócio ambiental

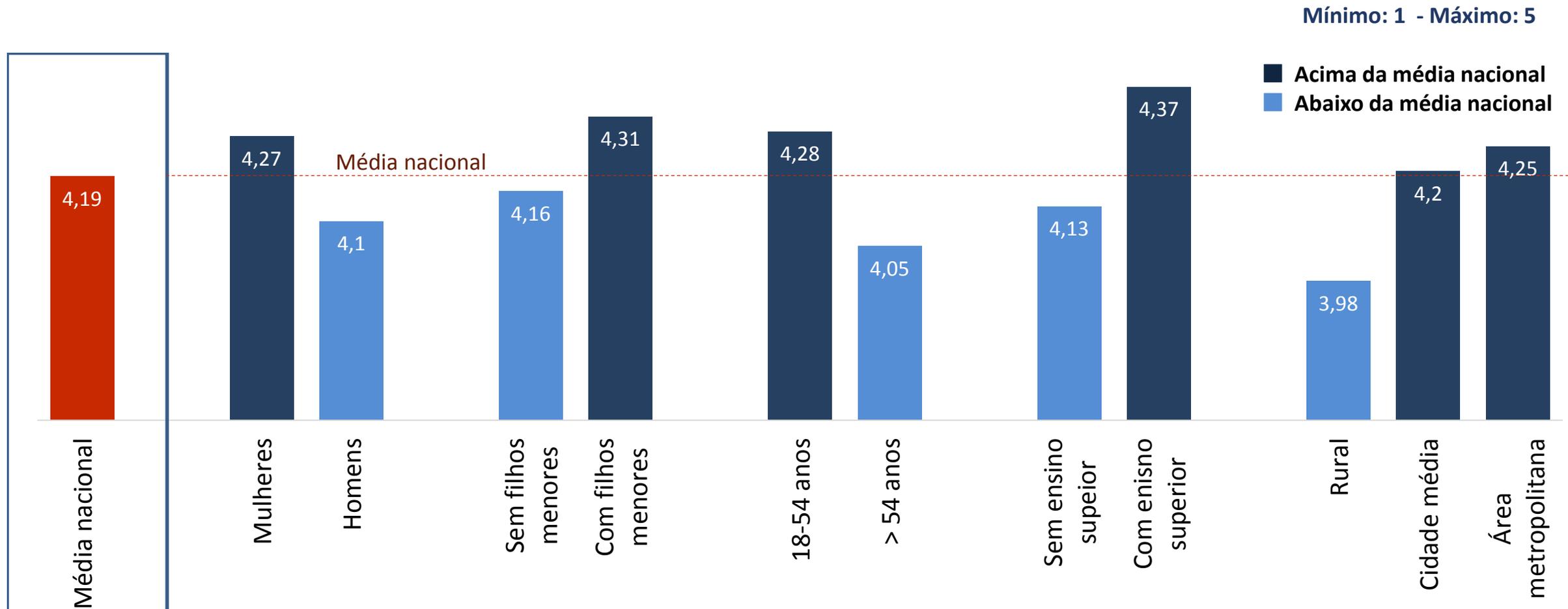
Mínimo: 1 - Máximo: 5



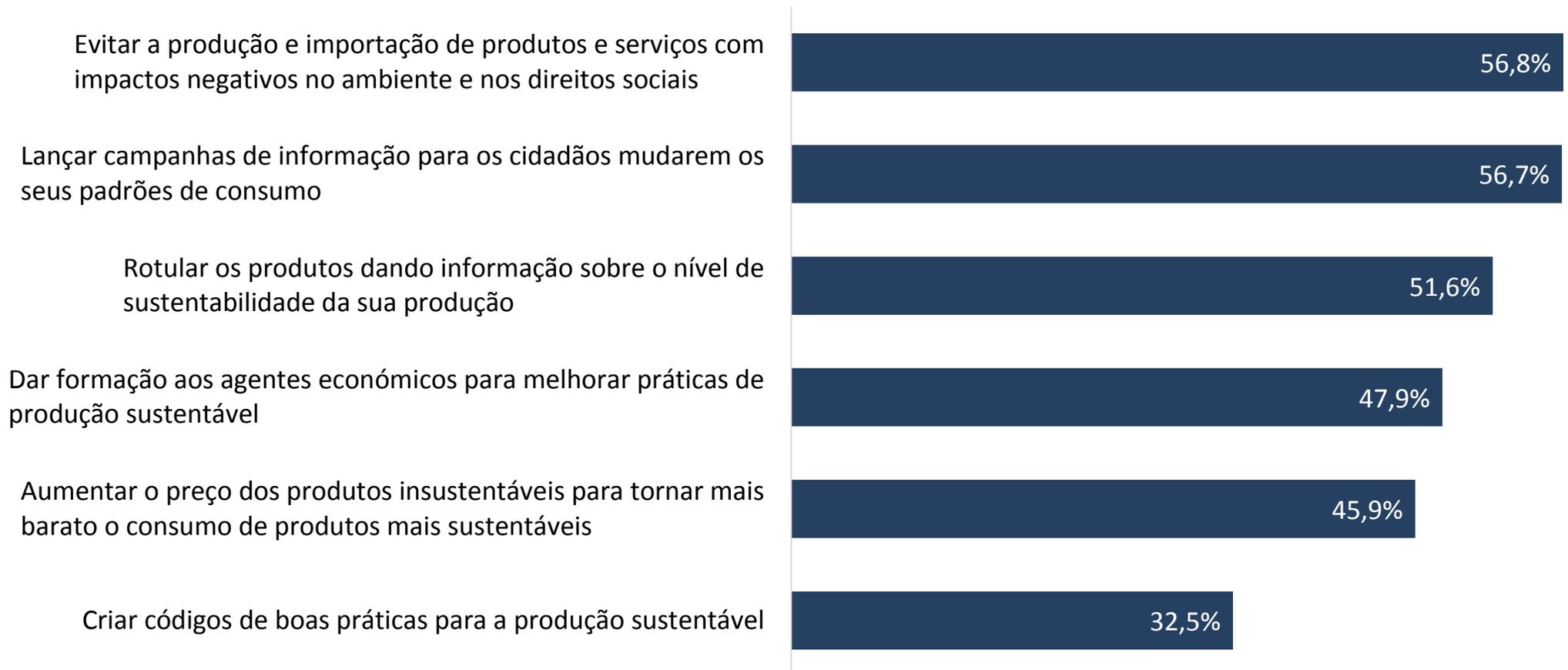
## Disponibilidade para mudar hábitos de consumo tendo em conta as questões de justiça sócio ambiental



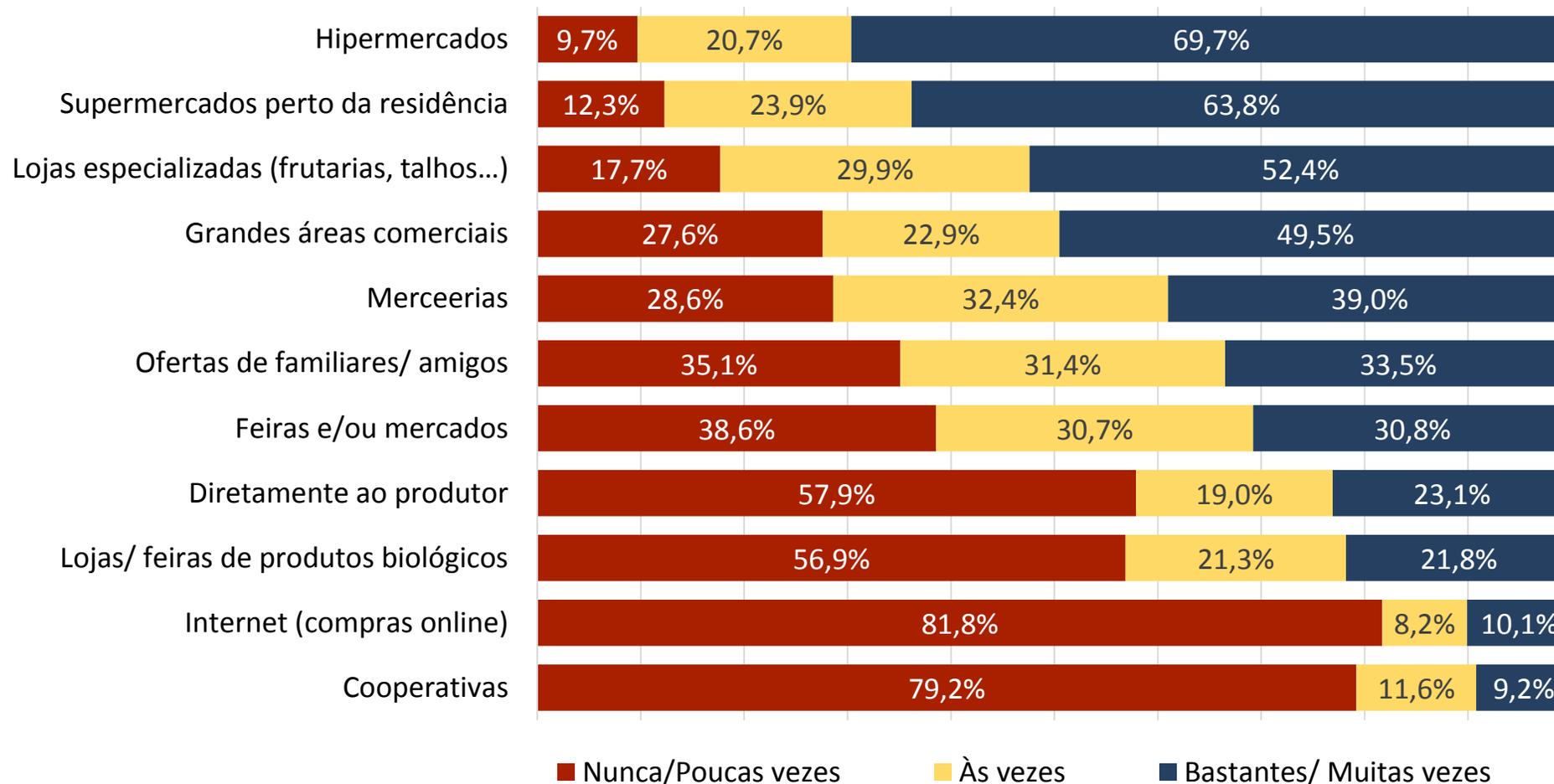
# Índice de preocupação sócio ambiental (4 indicadores de justiça sócio ambiental: 2 ambientais e 2 sociais)



# Medidas defendidas pelos portugueses para aumentar o consumo responsável



# Onde fazem as compras os portugueses?

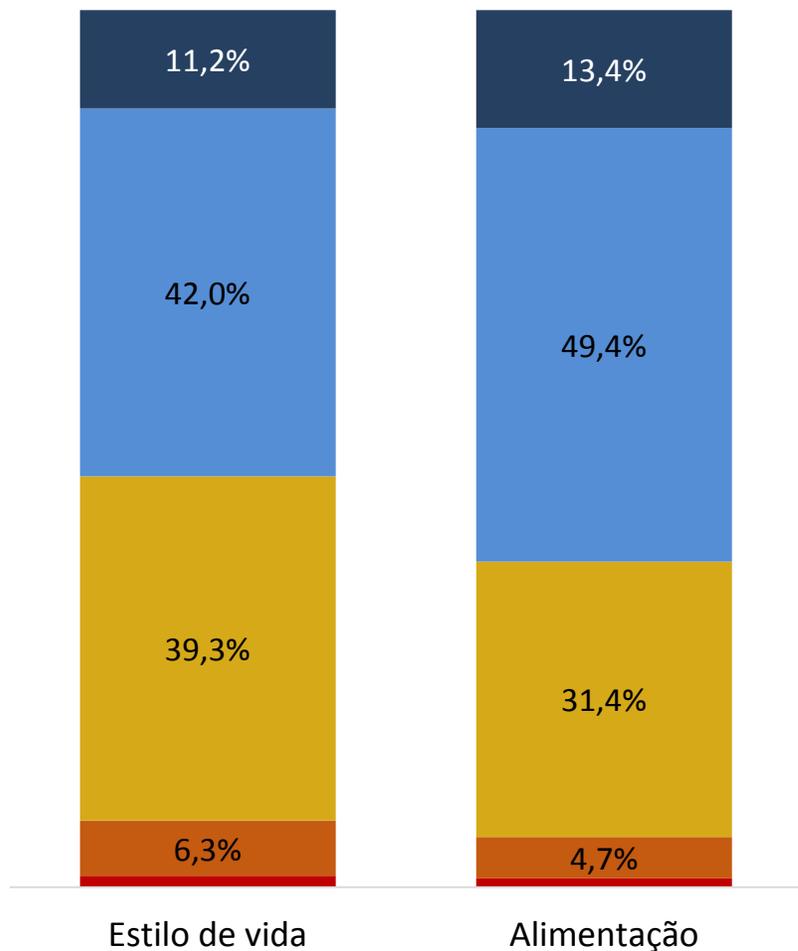


# Alimentação e Saúde

Que tendências apresentam os portugueses quanto às suas escolhas alimentares e o que os pressiona nesse sentido

# Autoavaliação do estilo de vida e da alimentação

■ 1 Menos saudável ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 Mais saudável



## Características sociais associadas à maior valorização de estilos de vida e alimentação saudáveis

### ESTILO de VIDA

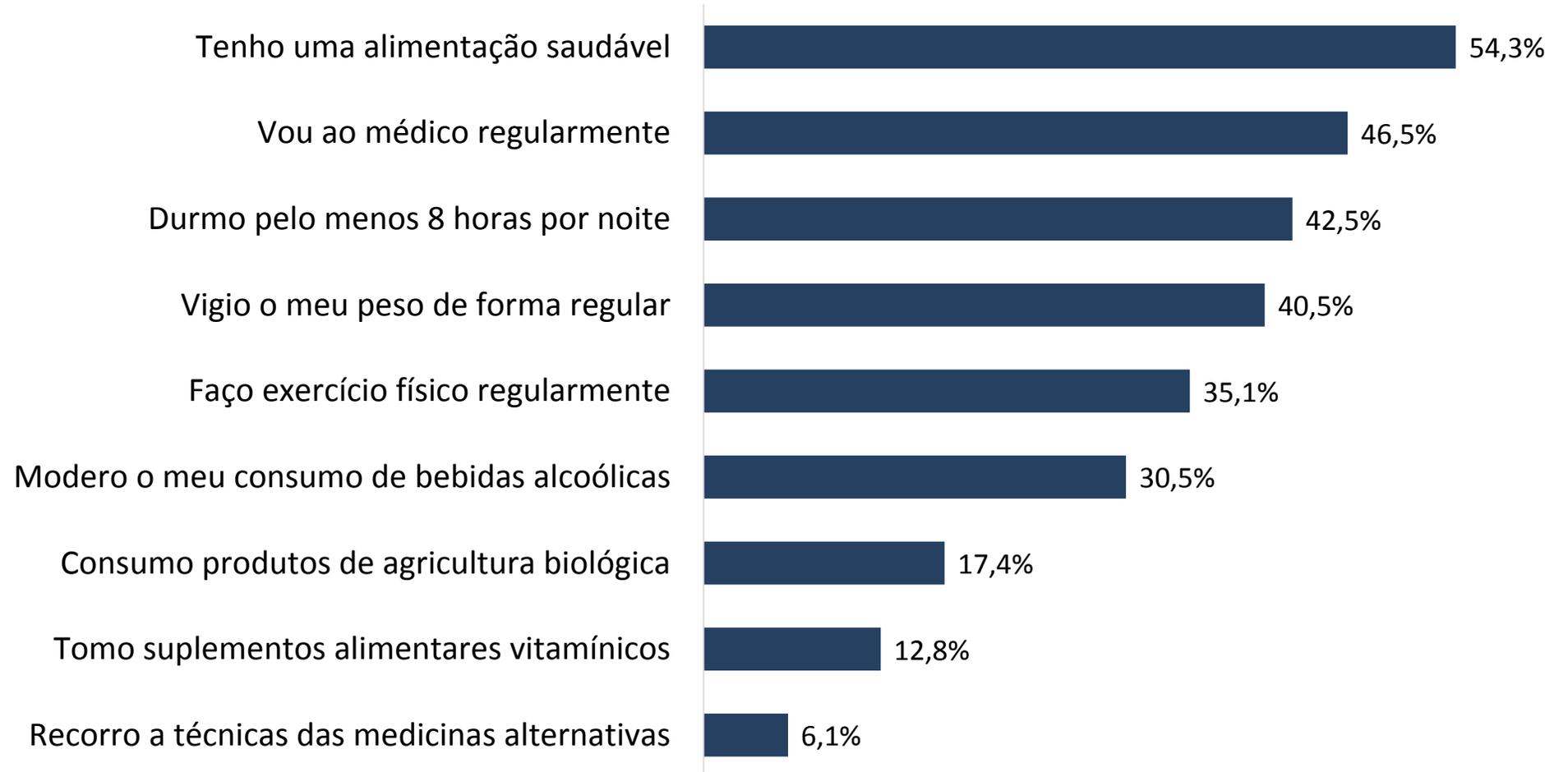
- + Agregados com filhos (C/ 54,5%, 47,4%)
- + Grupos etários mais velhos (>54 anos 57,9%; MN 53,2%)
- + Cidades Médias (56,4%; MN 53,2%)
- + Madeira 69,5%; Norte 57,4%, Grande Porto 56,7%; MN 53,2%

### ALIMENTAÇÃO

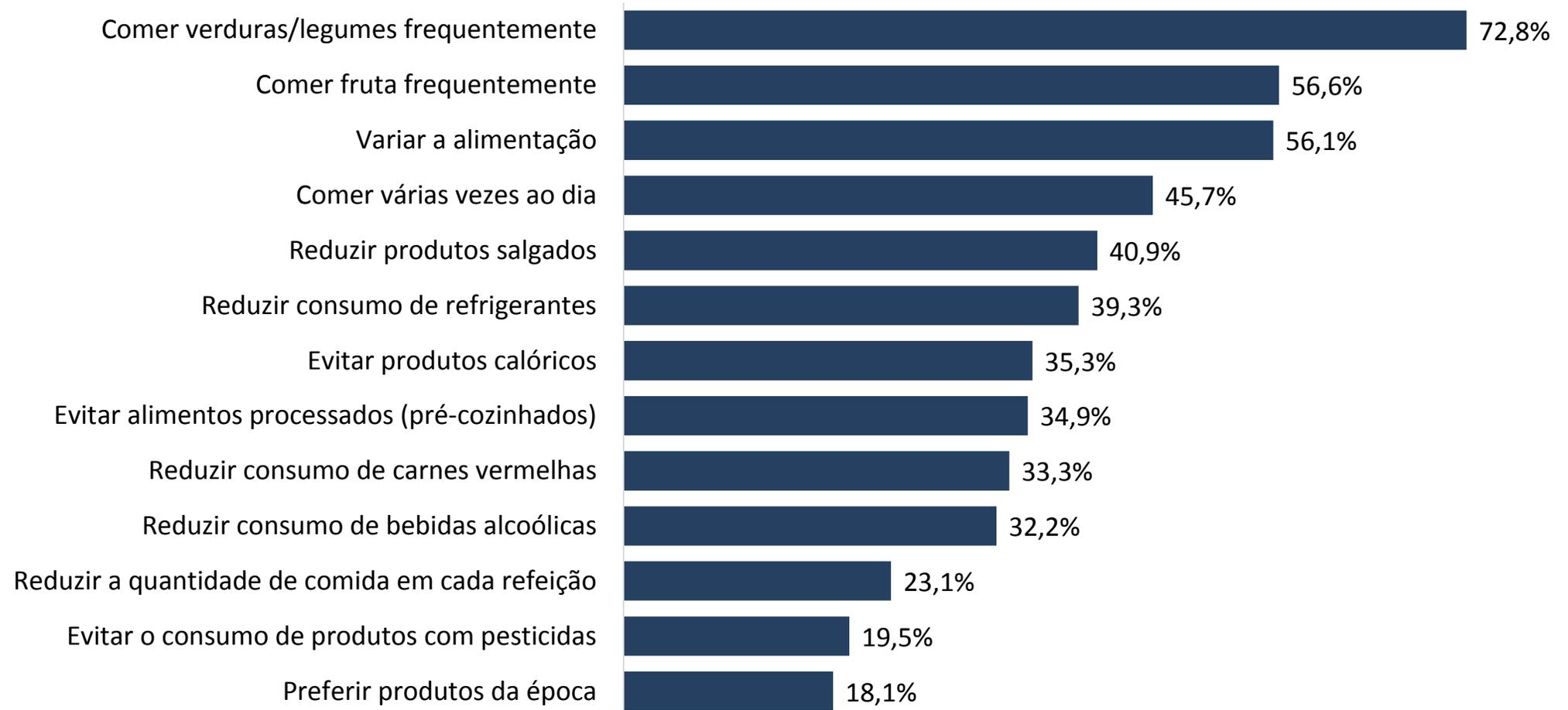
- + Mulheres (M 65,1%; H 60,2%)
- + Grupos etários mais velhos (>54 anos 66,2%; MN 62,9%)
- + Cidades Médias (66,1%; MN 62,9%)
- + Madeira 71,2%; Grande Porto 66,1%; MN 62,9%

H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

# Comportamentos saudáveis já assumidos pelos inquiridos

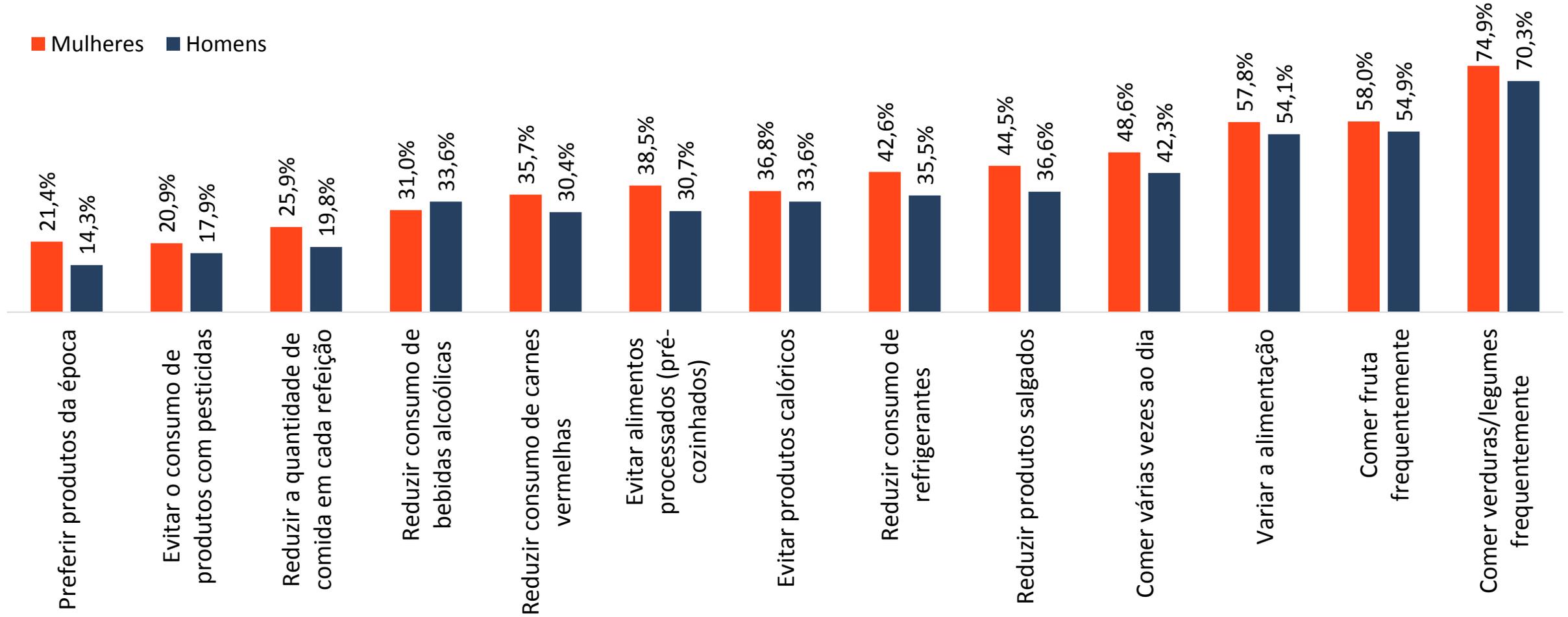


# Comportamentos associados a uma alimentação saudável

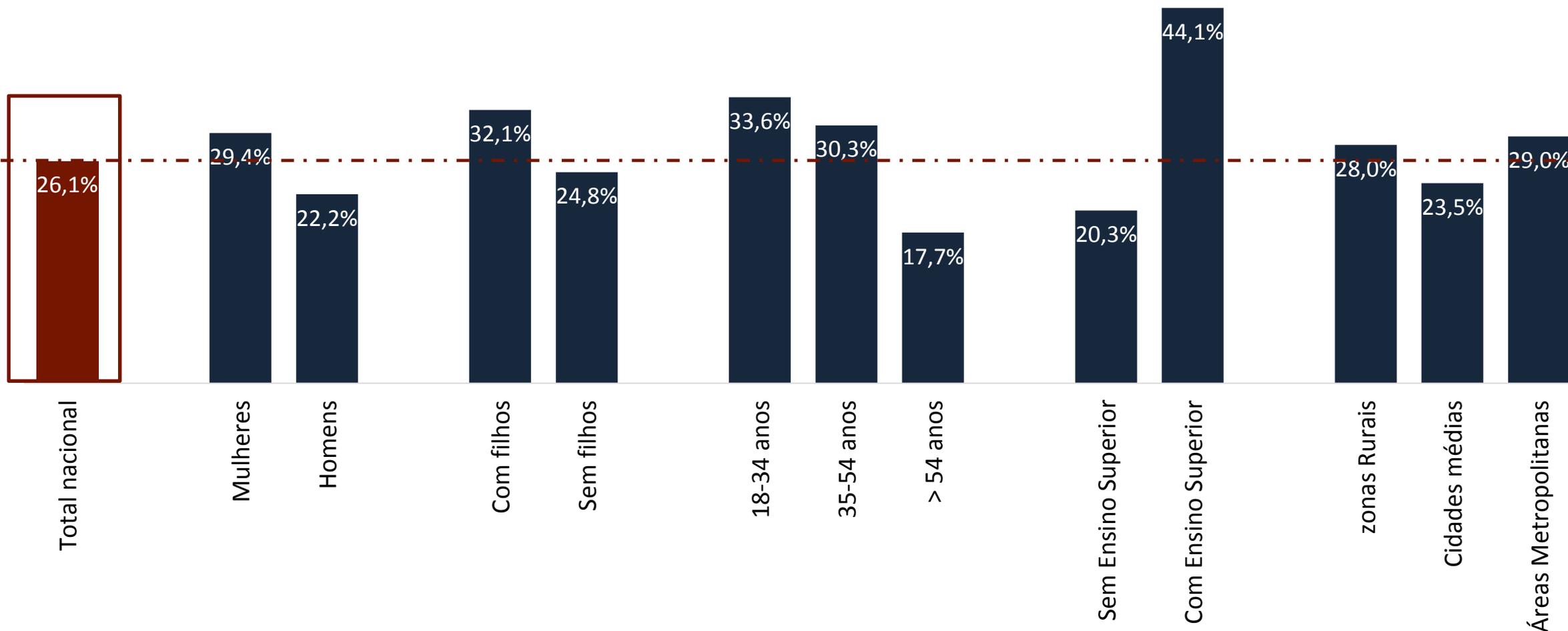


# Comportamentos mais associados a uma alimentação saudável – diferenças entre homens e mulheres

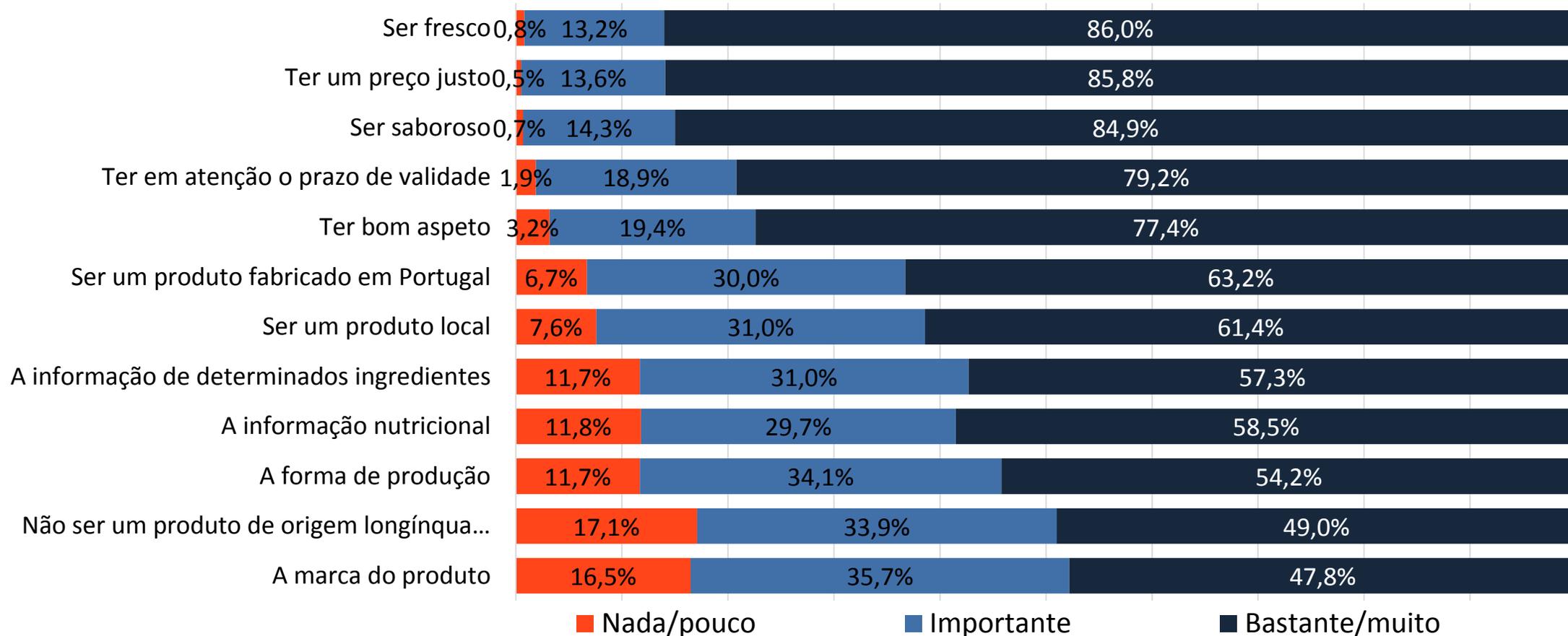
■ Mulheres ■ Homens



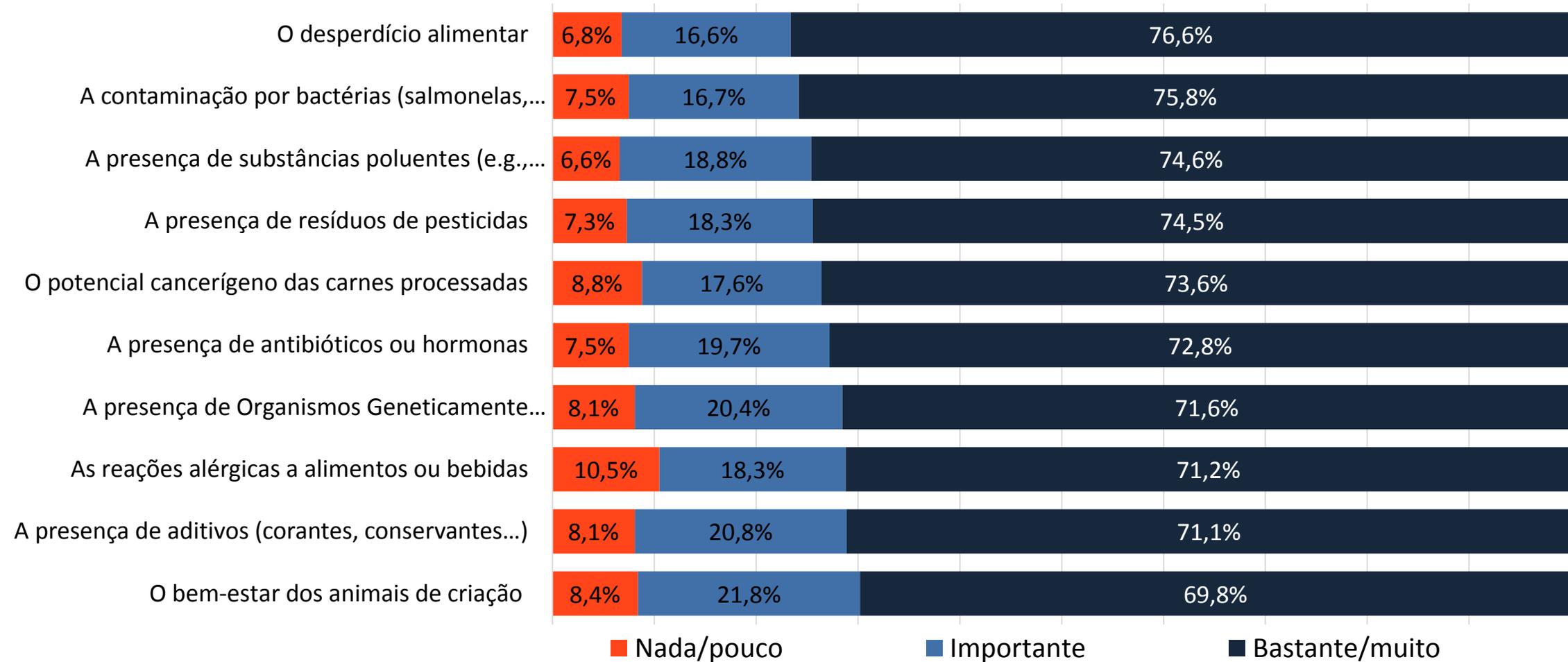
# Atividades associadas a uma alimentação saudável (+ de 6 atividades assinaladas)



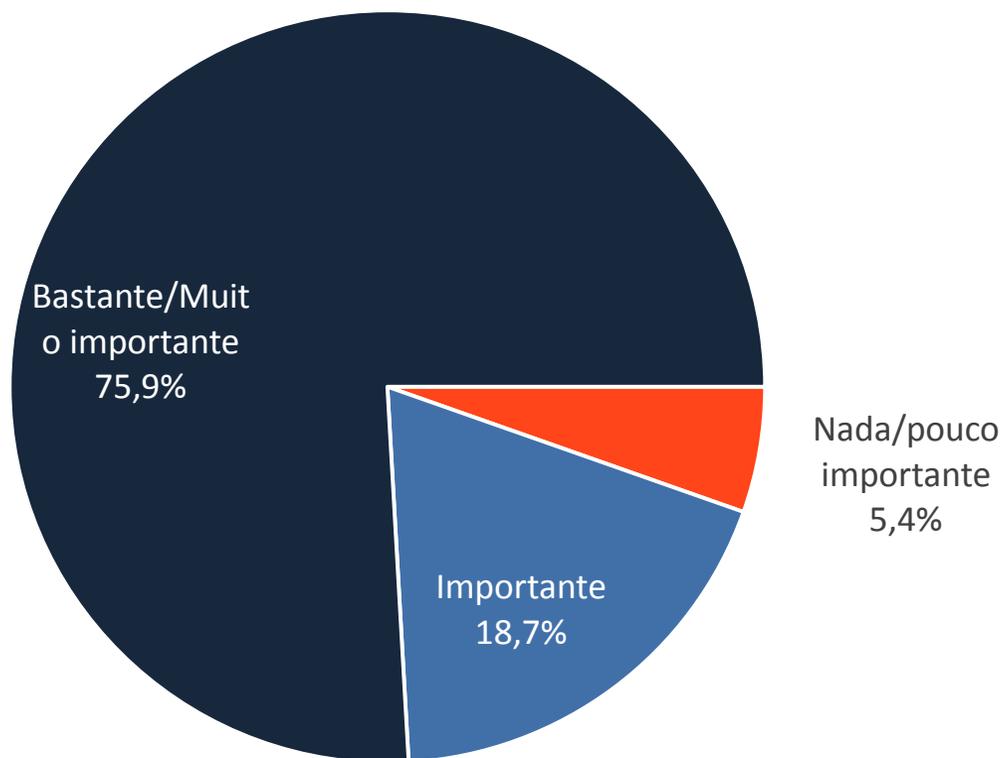
# Importância atribuída aos critérios usados na compra de produtos alimentares



# Grau de preocupação dos portugueses com os alimentos



# Preocupação dos portugueses com os alimentos



+ Mulheres (M 78,7%; H 72,6%)

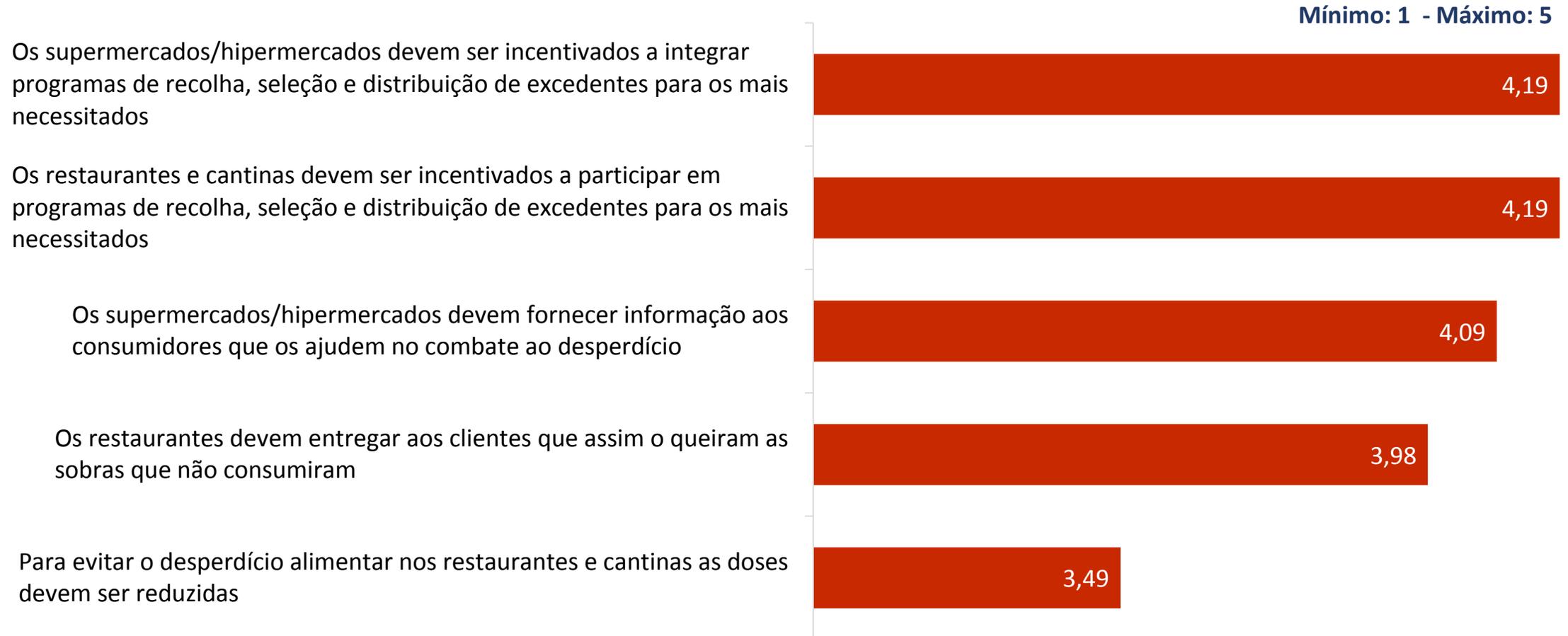
+ Filhos menores (C/83,1%; S/ 74,3%)

- Grandes cidades (71,6%; MN 75,9%)

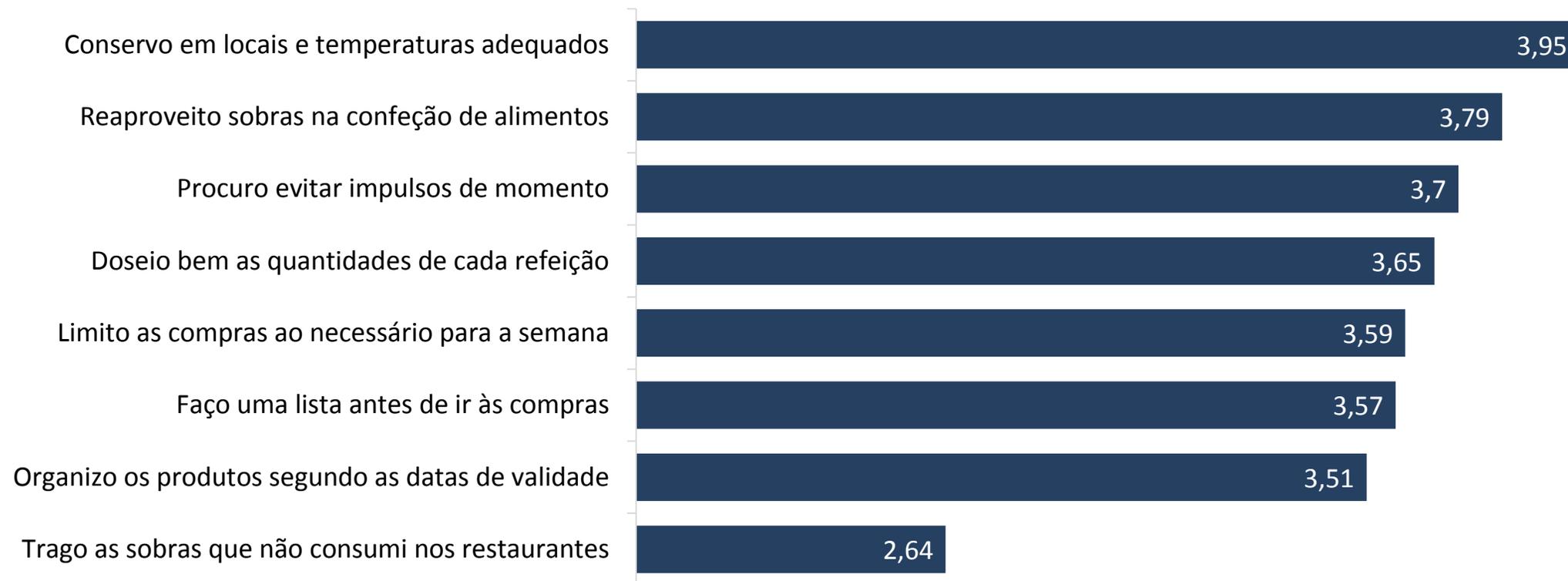
+ Alentejo 91,6%; Madeira 90,2%; MN 75,9%

H = Homens; M = Mulheres; MN = Média Nacional

# Atitudes face à redução de desperdício alimentar (média)

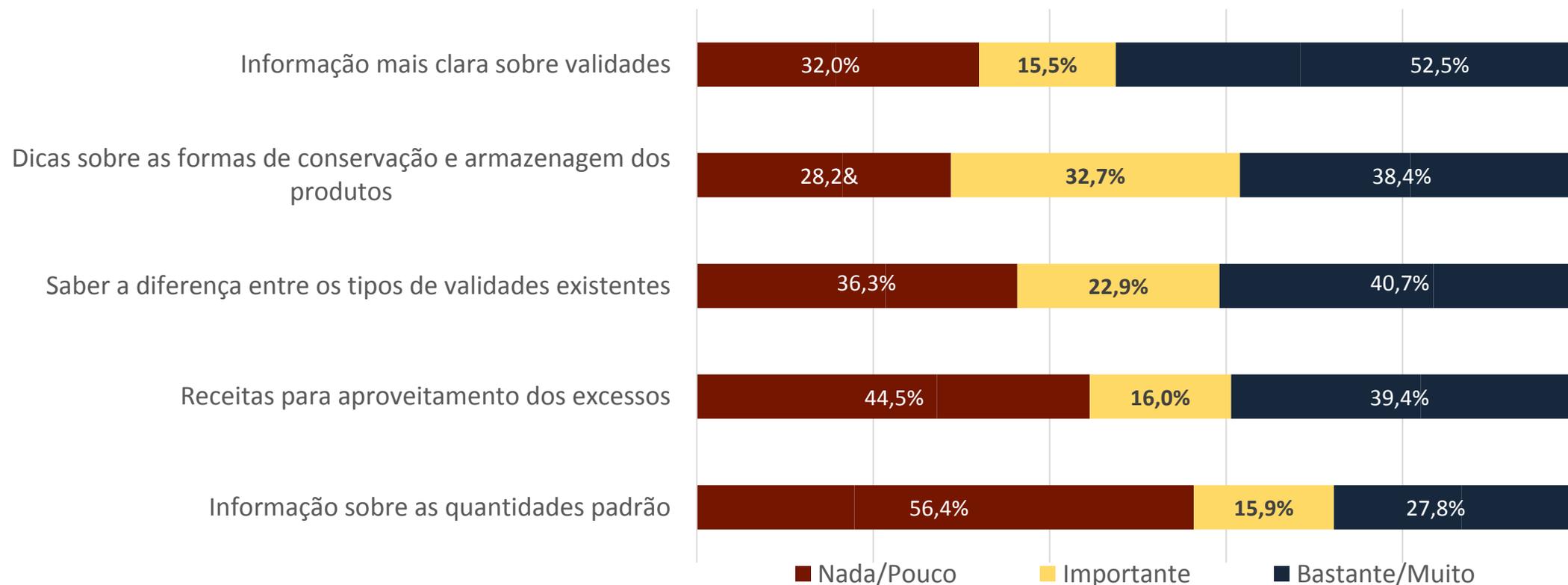


# Ações individuais que costuma fazer para a redução de desperdício alimentar... (média)

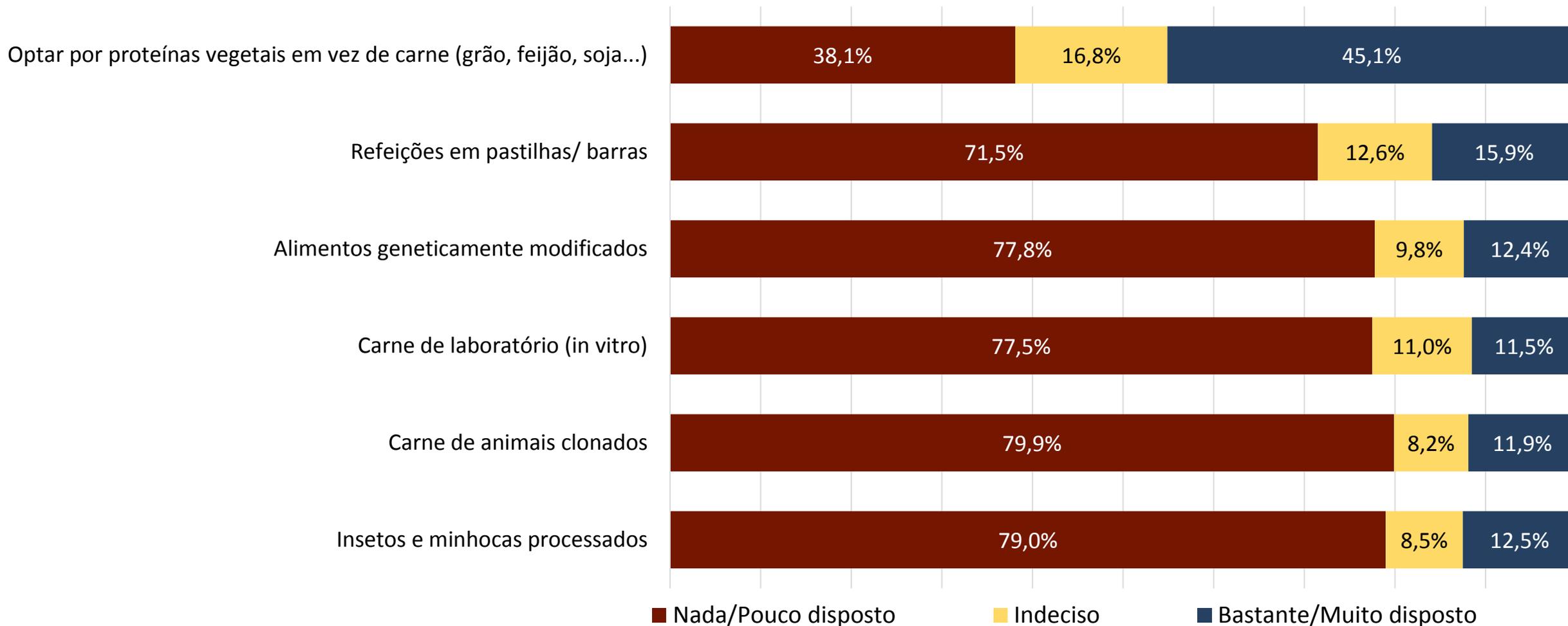


Mínimo: 1 - Máximo: 5

# Importância atribuída a ações para ajudar a combater o desperdício alimentar



# Disponibilidade para optar por alternativas alimentares

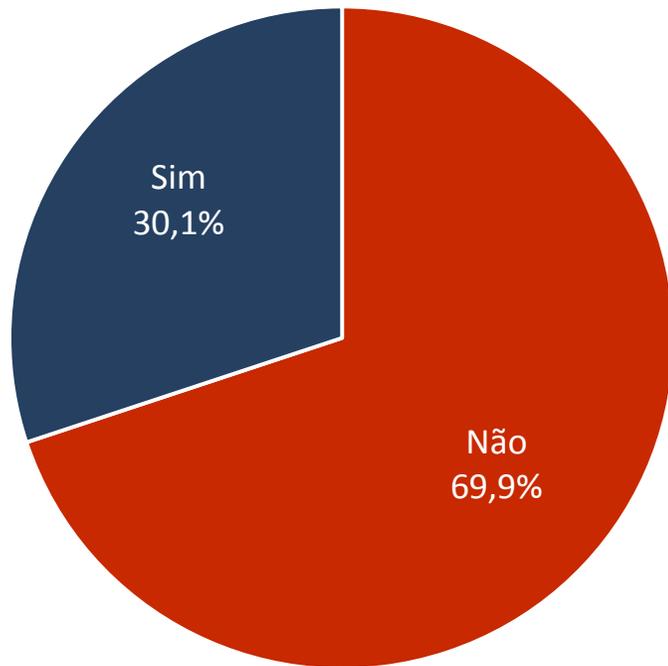


# Participação e práticas

Como se posicionam os portugueses face ao associativismo e voluntariado e em que escalas opera a participação cívica

# Participantes e não participantes em organizações não lucrativas

Membro Associado

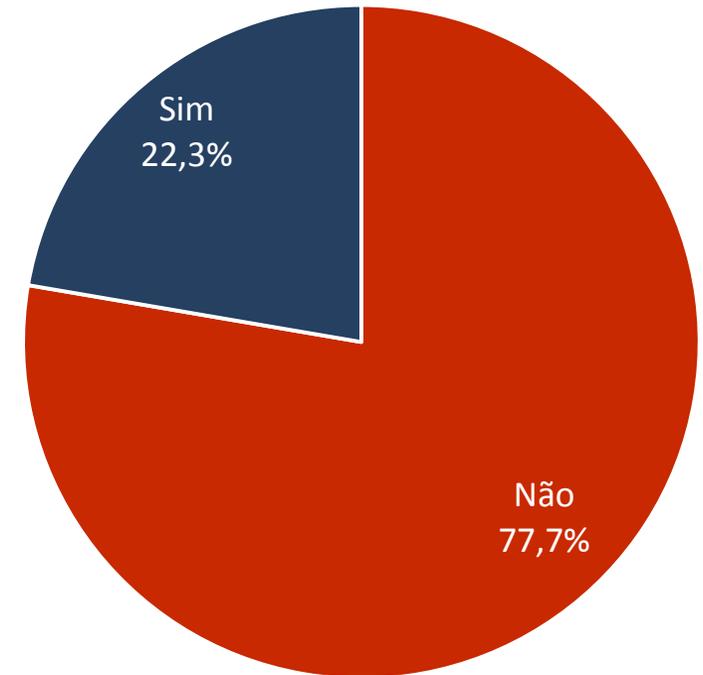


Nos últimos anos, a participação dos portugueses no movimento associativo parece ter vindo a reforçar-se.

No inquérito *EVS - European Values Study* de 2008, os resultados eram ainda menos animadores:

- 19,9% dos portugueses eram membros associados de, pelo menos, uma organização
- 14,3% dos portugueses faziam trabalho voluntário nas ONG

Trabalho voluntário

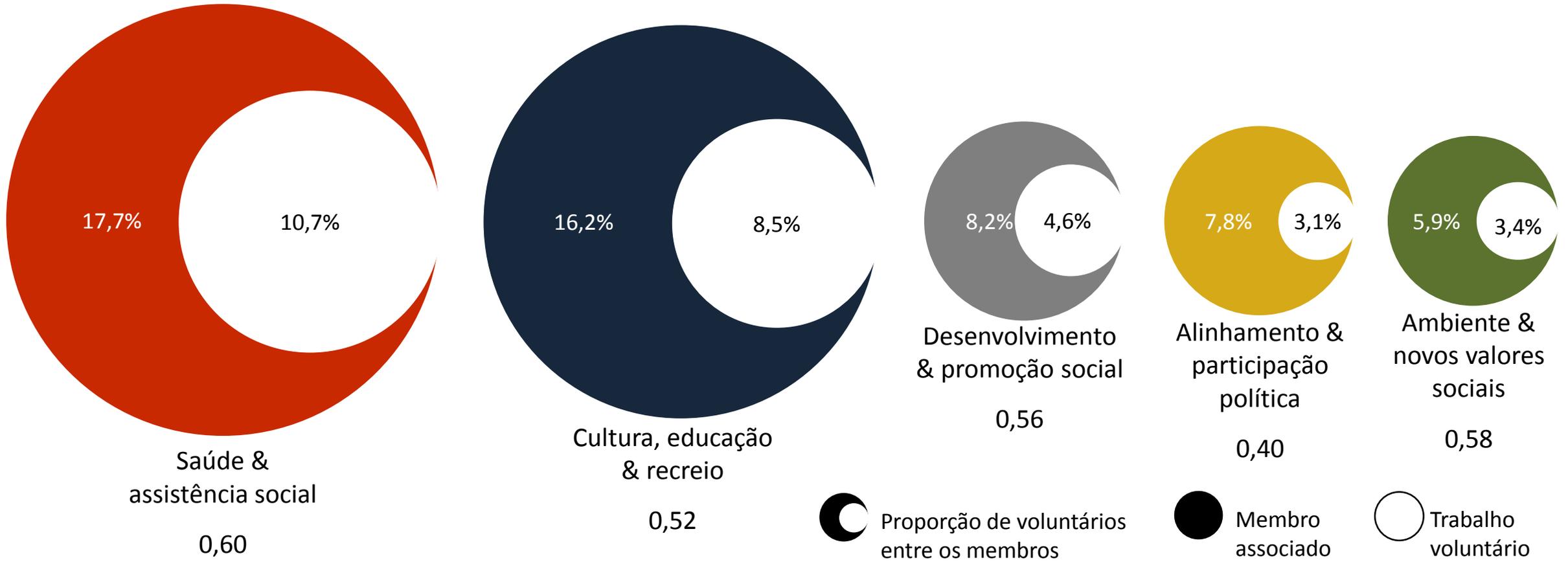


# Participação em organizações não lucrativas



# Participação em Organizações não lucrativas

## Tipologias de áreas de intervenção



# Quem é militante e/ou voluntário nas associações ligadas à Saúde e Ação Social?

## Membros associados

### SERVIÇOS SOCIAIS (IDOSOS, DEFICIENTES...)

+ Mulheres (M 5,5%; H 3,2%)

### ORGANIZAÇÕES LIGADAS À IGREJA

+ Mulheres (M 9,6%; H 7,1%)

+ Zonas Rurais (14,0%; MN 8,5%)

+ Algarve 16,4%; Norte 10,6%; Centro 10,7%; MN 8,5%

### ORGANIZAÇÕES VOLUNTÁRIAS LIGADAS À SAÚDE

+ Mulheres (M 3,1%; H 0,4%)

+ Jovens (Grupo Etário 18-34 3,3%; MN 1,9%)

+ Ensino superior (C/ 3,2%; S/ 1,4%)

### ASSOCIAÇÕES DE BOMBEIROS VOLUNTÁRIOS

+ AF com filhos (C/ 6,0%; S/ 2,6%)

+ Ensino superior (C/ 4,6%; S/ 2,7%)

## Trabalhadores voluntários

### SERVIÇOS SOCIAIS (IDOSOS, NECESSIDADES ESPECIAIS...)

+ Mulheres (M 3,2%; H 1,2%)

### ORGANIZAÇÕES LIGADAS À IGREJA

+ AF sem filhos (S/ 6,4%; C/ 4,1%)

+ Zonas Rurais (11,9%; MN 6,0%)

+ Algarve 9,1%; Norte 9,3%; Centro 8,0%, MN 6,0%

### ORGANIZAÇÕES VOLUNTÁRIAS LIGADAS À SAÚDE

+ Mulheres (M 1,7%; H 0,3%)

+ Jovens (Grupo Etário 18-34 2,2%; MN 1,1%)

+ Ensino superior (C/ 1,9%; S/ 0,8%)

### ASSOCIAÇÕES DE BOMBEIROS VOLUNTÁRIOS

+ Homens (M 0,7%; H 2,6%)

# Quem é militante e/ou voluntário nas associações ligadas à Cultura, Educação & Recreio?

## Membros associados

### EDUCAÇÃO ARTES E ATIVIDADES CULTURAIS

- + Jovens (18-34 anos 9,6%; MN 6,3%)
- + Ensino Superior (C/13,8%; S/ 3,9%)
- + Algarve 16,4%; Madeira 8,5%; Grande Lisboa 7,6%

### TRABALHO COM CRIANÇAS E JOVENS

- Idades intermédias (35-54 anos 1,1%; MN 0,5%)

### DESPORTO E RECREIO

- + Homens (M 3,6%; H 7,6%)
- + AF com filhos (C/8,2%; S/ 4,8%)
- + Mais jovens (18-35 anos 8,7%; MN 5,4%)
- Com Ensino superior (C/ 7,6%; S/ 4,7%)

### REDE DE UNIVERSIDADES SENIORES

- + Cidades médias (1,9%; MN 0,5%)

## Trabalhadores voluntários

### EDUCAÇÃO ARTES E ATIVIDADES CULTURAIS

- + Jovens (18-34 anos 5,7%; MN 3,7%)
- + Ensino Superior (C/7,8%; S/ 2,3%)
- + Algarve 12,7%; Madeira 5,1%; Grande Lisboa 4,2%

### TRABALHO COM CRIANÇAS E JOVENS

- Idades intermédias (35-54 anos 4,2%; MN 2,7%)
- Com Ensino Superior (C/ 4,9%; S/1,9%)

### DESPORTO E RECREIO

- + Homens (M 2,0%; H 3,8%)
- + AF com filhos (C/ 4,9%; S/ 2,4%)
- + Mais jovens (18-35 anos 4,4%; MN 2,8%)
- Com Ensino superior (C/ 4,6%; S/ 2,2%)

### REDE DE UNIVERSIDADES SENIORES

- + Cidades médias (1,4%; MN 0,3%)

# Quem é militante e/ou voluntário nas associações ligadas ao Ambiente & Novos Valores Sociais?

## Membros associados

### PATRIMÓNIO, AMBIENTE E DIREITO DOS ANIMAIS

- + Jovens (18-35 anos 6,0%; MN 3,8%)
- + Ensino Superior (C/ 6,5%; S/ 2,9%)
- + Grande Lisboa 6,8%; Algarve 5,5%; MN 3,8%)

### ORGANIZAÇÕES DE MULHERES (IGUALDADE DE GÉNERO)

- + Mulheres (M 2,6%; H 0,7%)

### MOVIMENTOS PARA A PAZ

- + Mulheres (M 1,2%; H 0,3%)
- + Jovens (18-35 anos 2,2%; MN 0,8%)

## Trabalhadores voluntários

### PATRIMÓNIO, AMBIENTE E DIREITO DOS ANIMAIS

- + Jovens (18-35 anos 3,0%; MN 2,1%)
- + Ensino Superior (C/ 4,1%; S/ 1,4%)
- + Grande Lisboa 3,9%; Madeira 3,3%; MN 2,1%)

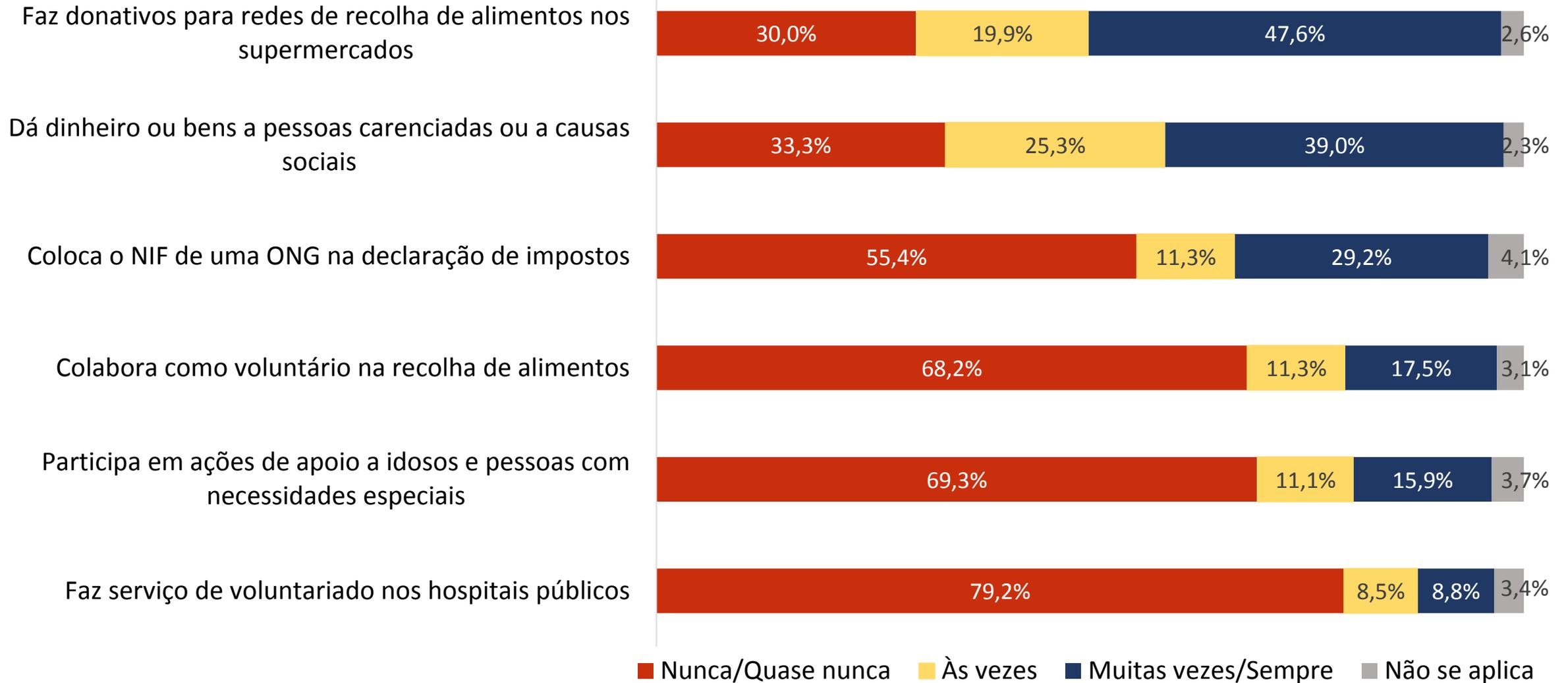
### ORGANIZAÇÕES DE MULHERES (IGUALDADE DE GÉNERO)

Sem diferenças significativas

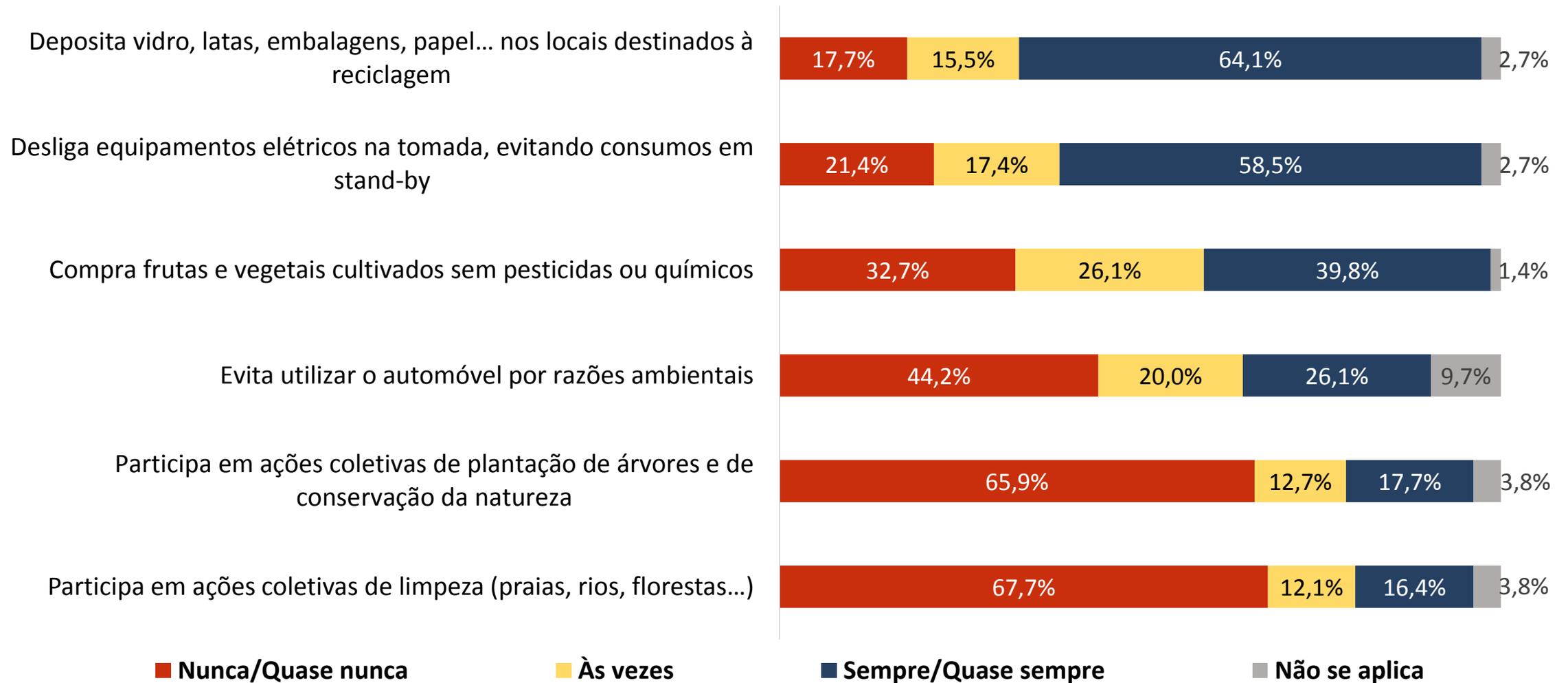
### MOVIMENTOS PARA A PAZ

Sem diferenças significativas

# Práticas a favor da comunidade

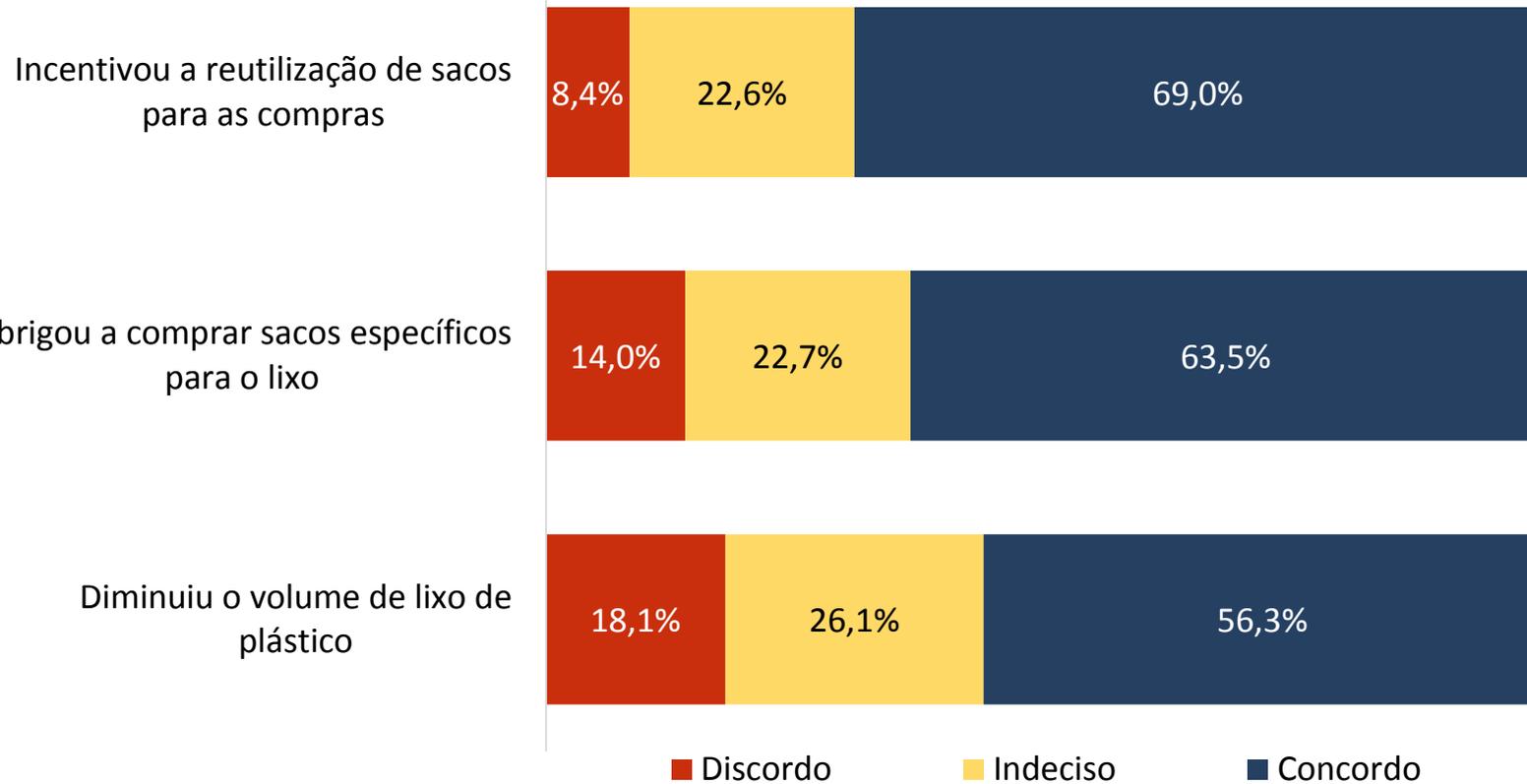


# Frequência de ações a favor do ambiente

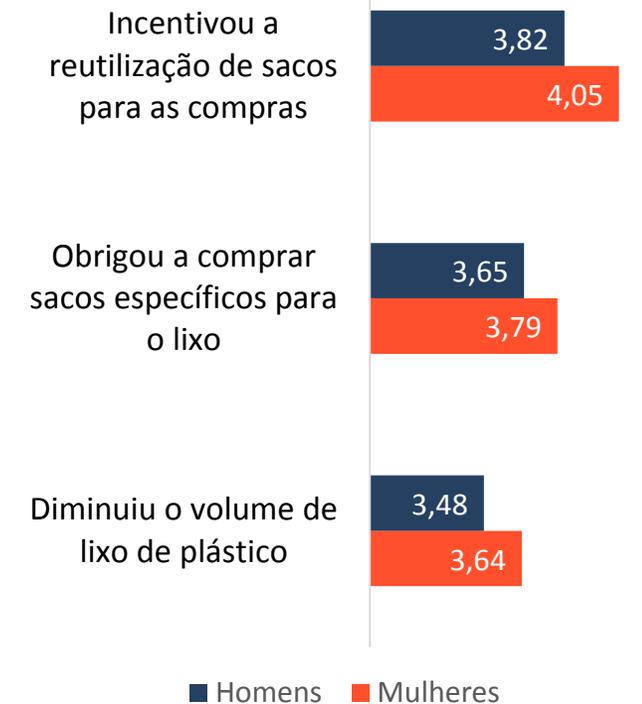


# Opinião sobre a medida do governo de taxar os sacos de plástico de supermercado

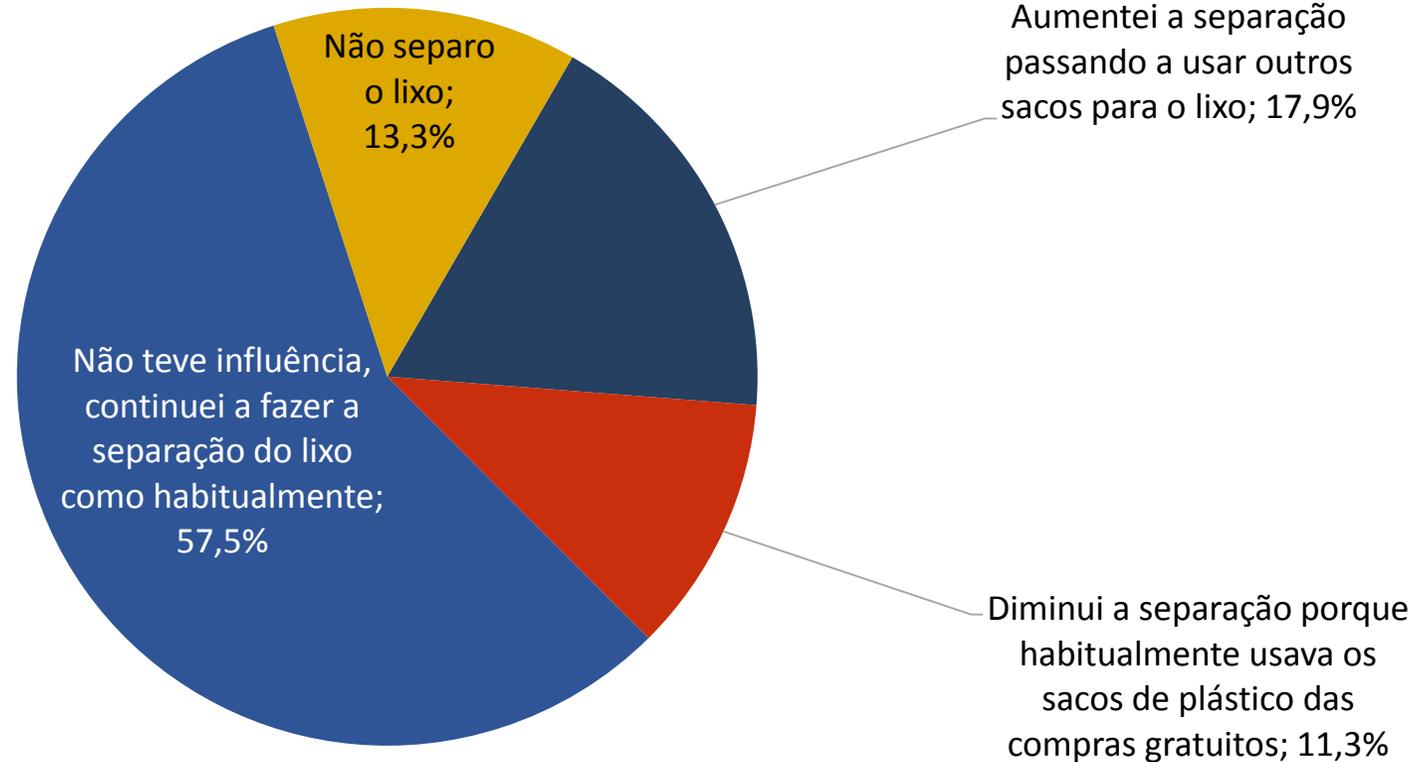
## Opinião sobre as consequências desta medida



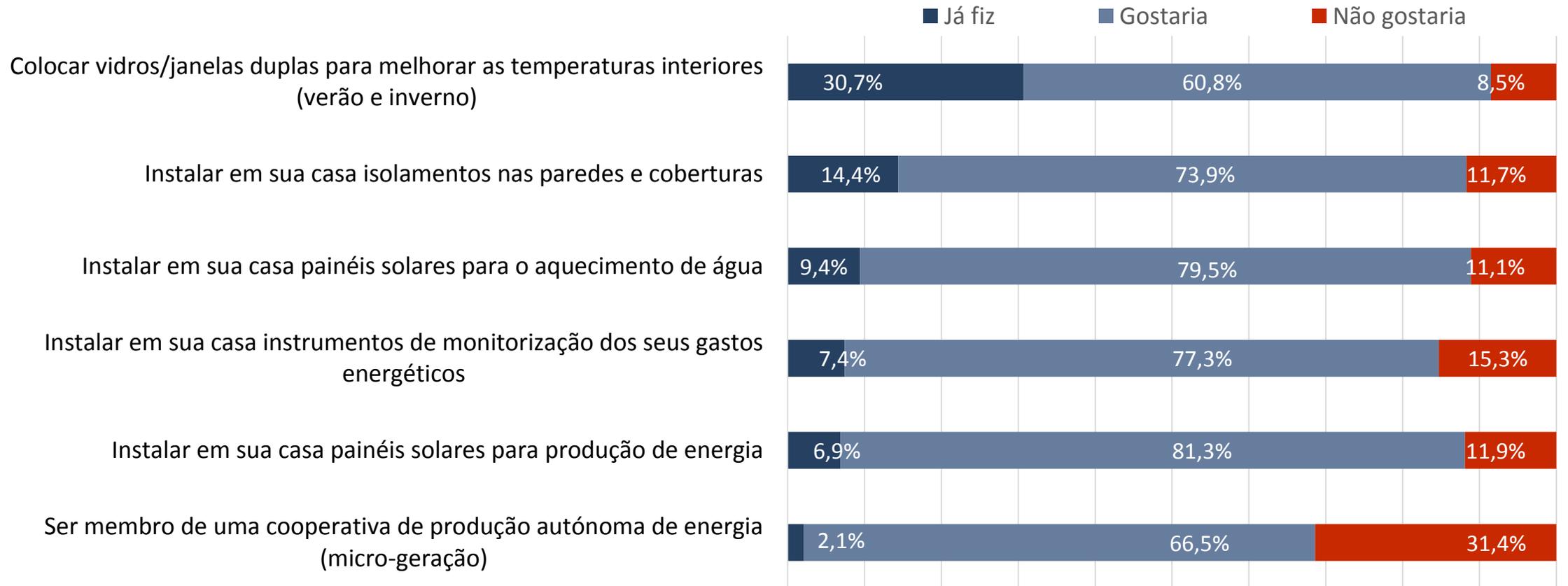
## Diferenças de opinião entre homens e mulheres



# Efeitos práticos pessoais da medida do governo de taxar os sacos de plástico de supermercado

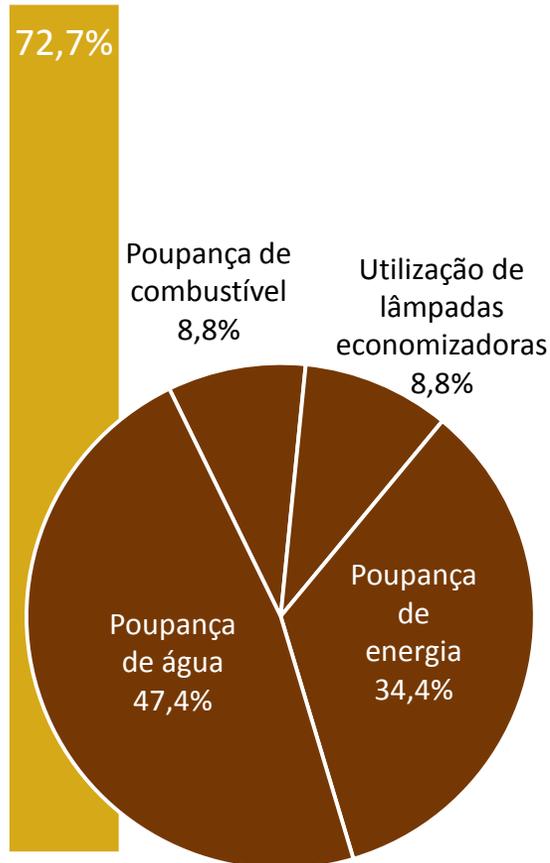


# Adesão dos portugueses a medidas ligadas à energia

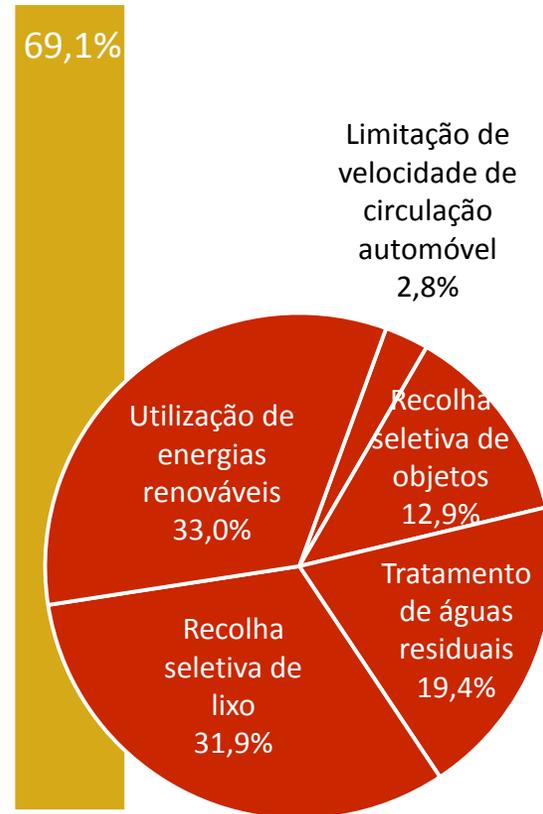


# Ações de sustentabilidade ambiental mais defendidas pelos inquiridos

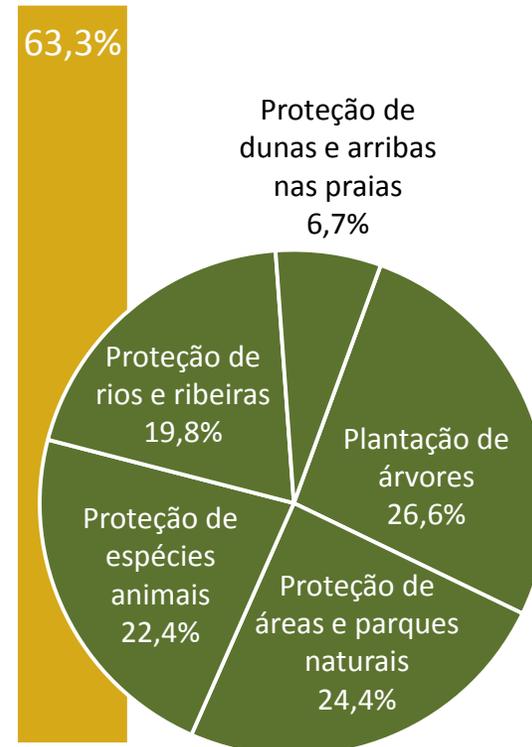
■ Percentagem de inquiridos por categoria  
 ● Total de respostas na categoria



**Práticas inibidoras (poupança)**



**Práticas corrigidas voluntariamente**



**Práticas pró-ativas**

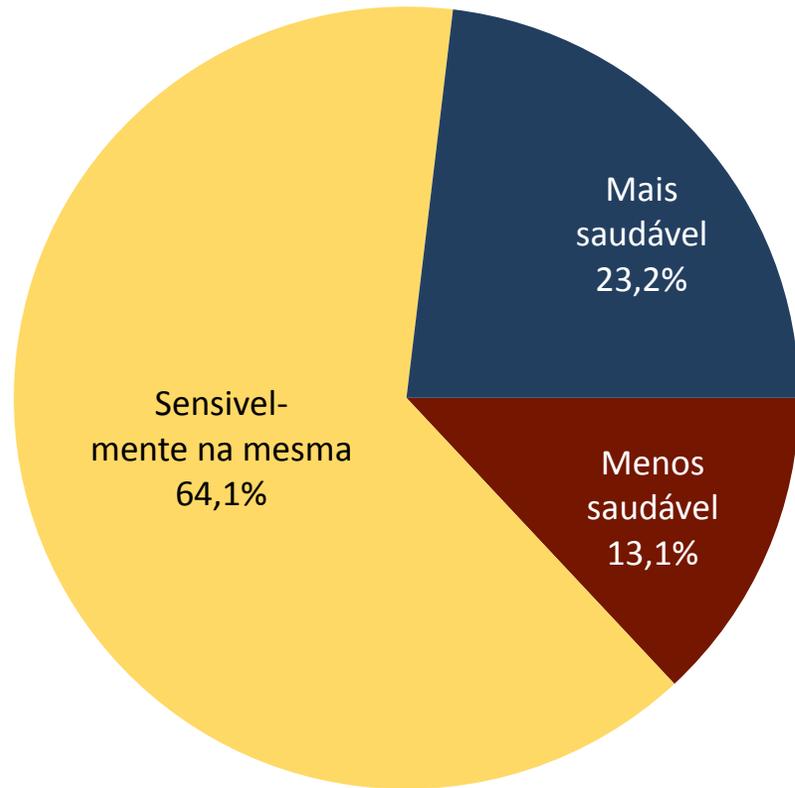


**Práticas ético orientadas**

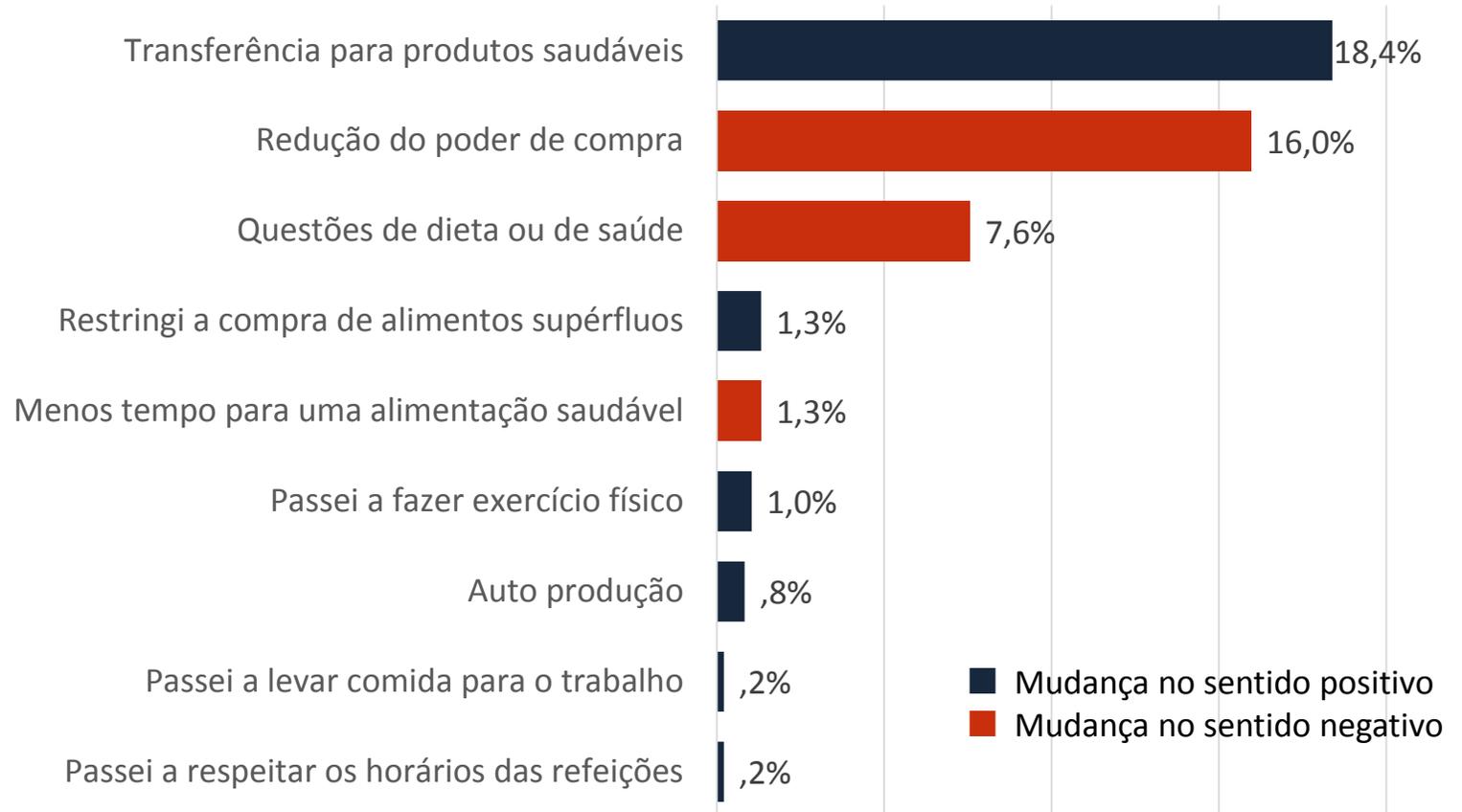
# Crise e mudança

Que novas situações os portugueses viveram (e vivem) por causa da crise económica a vários níveis: alimentação, consumos, lazeres... e que aprendizagens e/ou constrangimentos retiram dela

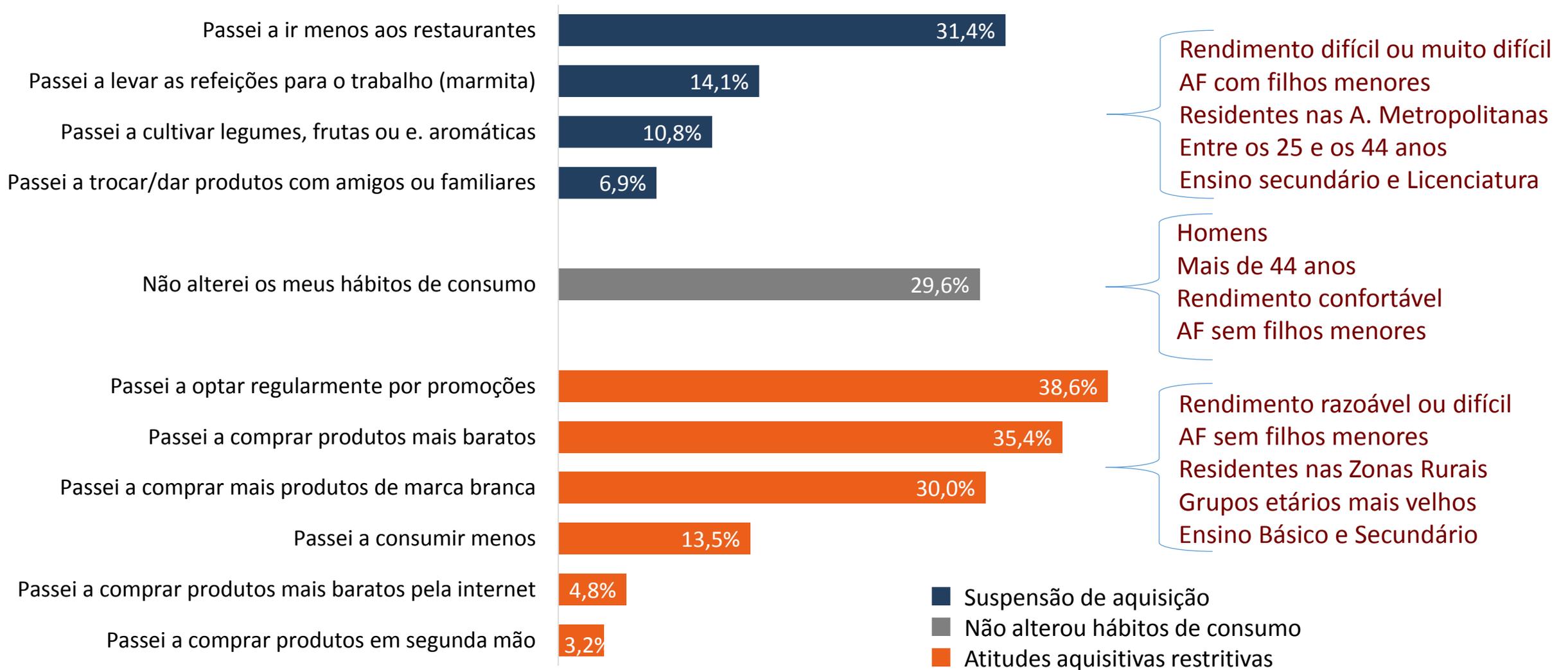
# Diria que com a crise a sua alimentação se tornou...



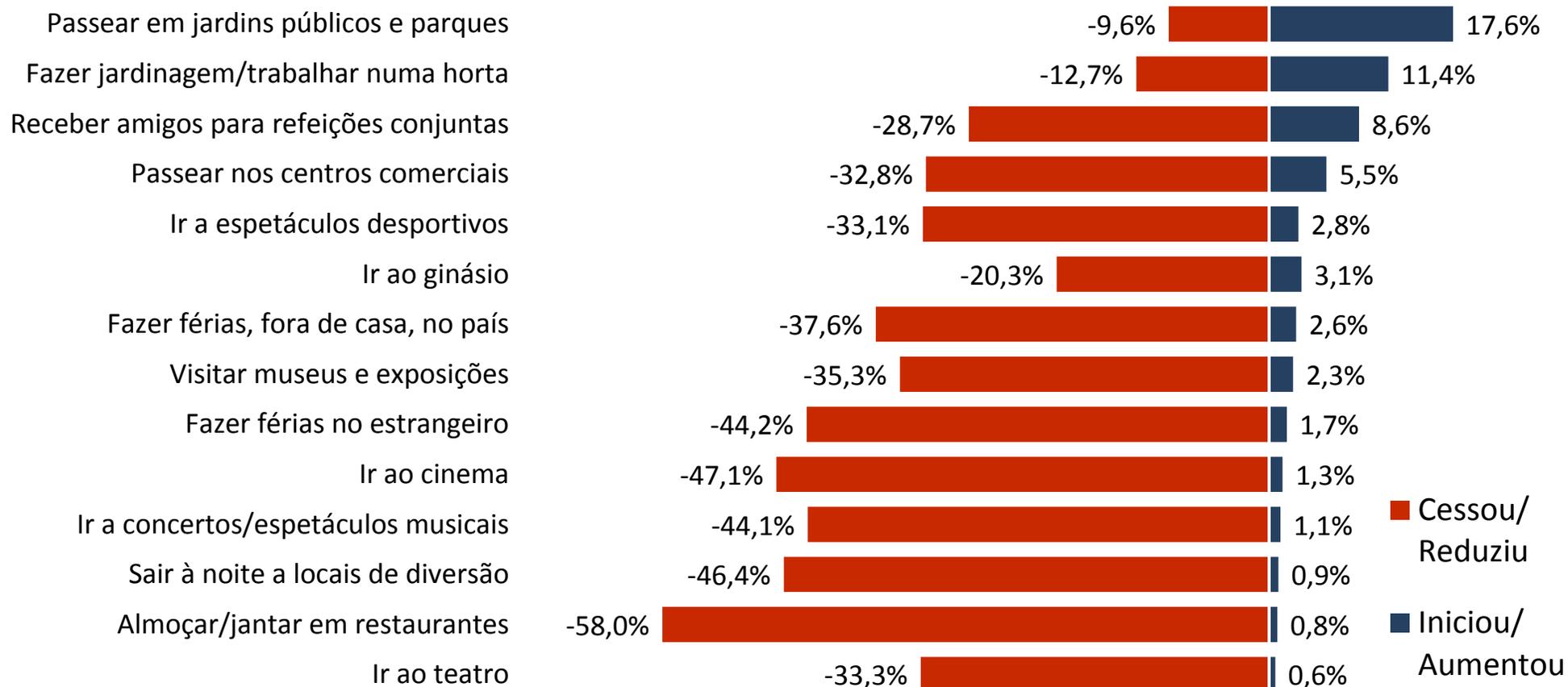
## Porquê?



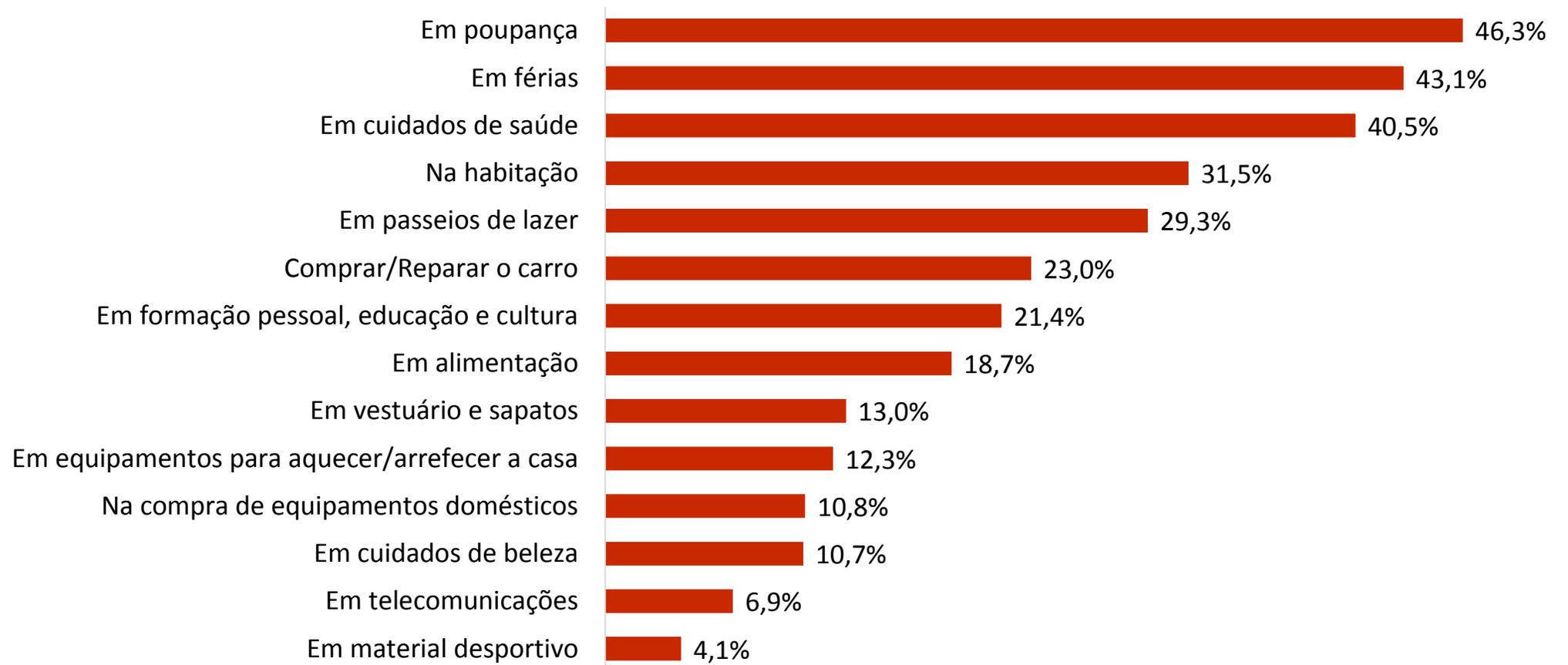
# Mudanças nas práticas de consumo com a crise



# Mudanças nas atividades de lazer decorrentes da crise



# O que faria se o seu orçamento familiar aumentasse consideravelmente? Investia ...



# O que faria se o seu orçamento familiar aumentasse consideravelmente? Investia ...

## EM POUPANÇA

- + Com filhos menores (C/ 52,2%; S/ 45,0%)
- + Idades intermédias (35-54 anos 50,9%; MN 46,3%)
- + Com Ensino Superior (C/ 57,6%; MN 46,3%)

## EM FÉRIAS

- + Com filhos menores (C/ 50,7%; S/ 41,4%)
- + Jovens (18-35 anos 47,5%; MN 43,1%)
- + Com Ensino Superior (C/ 50,3%; S/ 40,7%)
- + Áreas Urbanas (A. Metropolitanas 48,3%; MN 43,1%)

## EM CUIDADOS DE SAÚDE

- + Com filhos menores (C/ 69%; S/ 57,9%)
- + Mais velhos (> 54 anos 53,9%; MN 40,5%)
- + Sem Ensino Superior (S/ 43,5%; C/ 31,4%)

## NA HABITAÇÃO

- + Com filhos menores (C/ 38,8%; S/ 30,0%)
- + Idades intermédias (35-54 anos 34,9%; MN 31,5%)
- + Com Ensino Superior (C/39,5%; S/ 28,9%)

## EM PASSEIOS DE LAZER

- + Com filhos menores (C/ 32,8%; S/28,5%)
- + Com Ensino Superior (C/34,1%; S/ 27,7%)
- + Zonas Rurais (Zonas Rurais 41,5%; MN 29,3%)

## NA COMPRA/ REPARAÇÃO DO AUTOMÓVEL

- + Homens (H26,6%; M 20,0%)
- + Jovens (18-35 anos 29,0%; MN 23%)
- + Sem filhos menores (C/7,8%; S/11,4%)
- + Algarve 34,5%; Açores 23,7%; MN 10,8%)

## EM FORMAÇÃO PESSOAL/ CULTURA/ EDUCAÇÃO

- + Com filhos menores (C/ 34,3%; S/ 18,6%)
- + Jovens (18-35 anos 31,7%; MN 21,4%)
- + Com Ensino Superior (C/ 38,1%; S/ 15,9%)
- + Áreas Urbanas (Áreas Metropolitanas 26%; MN 21,4%)

## NA ALIMENTAÇÃO

- + Cidades Médias (Cidades Médias 22,0%; MN 18,7%)
- + Açores 35,6%; Grande Porto 24,7%, Centro 24,0%.

# Reflexões finais

# DESENVOLVIMENTO

- **Educação/Formação** – decisivas para emprego e prestígio social
- **Turismo** – dinâmico, imagem positiva, resposta à crise
- ‘Menos’ **Mar** – porque o *cluster* ainda não transmite horizonte de futuro
  
- **Comércio e Agricultura** → mais velhos e menos escolarizados
  
- **Energias Renováveis,**  
• **Novas Tecnologias/Investigação**  
• **Ambiente** } Mais jovens  
Mais escolarizados  
Mais urbanos  
Mais AF com filhos
  
- **Estado social** – um valor muito prezado
  
- **Incêndios** (perda de valor ambiental)  
• **Poluições** (macro-categoria de agressões ambientais) } Principais prioridades
  
- Dinâmica crescente dos **Novos Valores Ecológicos**

# SUSTENTABILIDADE

➤ Os inquiridos conhecem o termo »»»» fonte mediática

➤ **Desequilíbrio**

**Dimensões económica e ambiental / versus / Dimensões social e de governança**

➤ **Dimensão económica**

Sobretudo consumo responsável e eficiência energética

➤ **Dimensão ambiental**

Conservação da natureza e redução do desperdício

➤ **Dimensão social**

Redução da pobreza e melhoria dos serviços de educação

➤ **Dimensão de governança**

Maior transparência política e participação nas decisões

## Sustentabilidade «» Consumo Responsável



Valores-chave:

Produção nacional

Proximidade local

Informação (rotulagem e campanhas)

### Perfis de consumidores mais detetados:

‘Consumidor-constrangido’ (gestão de poupanças)

‘Consumidor livre-escolha’ (desejo de leque variado de produtos à disposição)

### Perfis emergentes

‘Consumidor ético’

‘Produtor-consumidor’

# CONSUMO

## Alimentação e saúde – polarização social

- **Preocupação alimentar maior** de grupos sociais com rendimentos médios ou elevados; das mulheres; dos sectores etários mais novos (18-44 anos); dos mais escolarizados e casais com filhos pequenos: alteraram a sua alimentação, transformando a necessidade em escolha mais racional, informada e sustentável
- **Menor preocupação alimentar** dos grupos económicos mais desfavorecidos com rendimentos baixos e desempregados: consideram que fazem uma alimentação menos saudável, mas não ‘podem’ dar tanta importância à alimentação e saúde

# PARTICIPAÇÃO

**Associativismo e Voluntariado ainda pouco significativo:**

**Perfil sobretudo assistencial**

Socialmente generalizado, mas sempre convocando mais as mulheres (saúde e assistência social)

**Perfil de educação e recreio**

Mais importância entre os mais escolarizados e com filhos menores

**Perfil ambiental e de participação política**

Frágeis (apesar da sensibilidade ecológica ser crescente)

**Participação no sentido da relação inter-individual de proximidade (família, vizinhança, conhecimento directo) numa base mútua e criando coesão social**

donativos e entre-ajuda; práticas ambientais de âmbito doméstico (poupanças!)

**Mas...**

fecha os horizontes cívicos num campo limitado, desmobilizando um associativismo de objectivos mais ambiciosos com escala nacional ou global e/ou sentido do colectivo

# CRISE

## Consumo alimentar

- Quase todos os portugueses mudaram perfil de consumo
  - Fazer da necessidade, virtude (consumo mais frugal e com maior sensibilidade socio-ambiental)
  - Mudar por necessidade, sem virtude (desqualificação alimentar por constrangimento económico extremo)

## Horror ao desperdício (grande consenso nacional)

## Consumo-Lazer:

- menos despesas em tudo
- mais actividades sem custos (fruir a natureza como bem comum)



## Preferências em perspetiva futura:

Segurança (Poupança)

Compensação (Férias)

Recentramento (Habitação)

## EM SUMA

- **Sustentabilidade (valor que se mantém mesmo sob pressão)**
  - 1º economia e ambiente, 2º sociedade, 3º governança
- **Prevalência das relações inter-individuais directas sobre os processos participativos coletivos**
  - ‘individualismo solidário’ de proximidade / versus / ausência de educação cívica para o coletivo
- **Práticas de aquisição conjunta, mas não colectiva (consumo / versus / exclusão social)**
  - Poder consumir significa não ser socialmente excluído
- **Importância do valor da Prudência (por efeito da crise)**
  - **Grupos que se destacam:**
    - jovens mais escolarizados e mais virados para a modernização;
    - mulheres em geral com maior dinamismo e predisposição para a mudança
      - no sentido de práticas mais sustentáveis,
      - mas ainda muito centradas no (defensivo) mundo doméstico e familiar



**Nova cultura: valores ambientais, sobretudo em meio urbano, mais associados ao lazer, ao consumo alimentar e à saúde; menos do que ao conhecimento e à ação cívica**