

A Work Project, presented as part of the requirements for the Award of a Master's degree in Impact Entrepreneurship & Innovation from the Nova School of Business and Economics.

Towards SDG 12: Optimizing Stakeholder Engagement for Sustainable Development

VICTÓRIA SANT'ANNA FERES DE CARVALHO

Work project carried out under the supervision of:

João Loureiro Rodrigues

17/05/2024

Abstract

The emerging global focus on sustainable development, brings attention for collective action. This thesis qualitatively explores stakeholder engagement's role in achieving SDG 12, mainly in regards to consumer involvement. Through questioning and exploring what brings up sustainable awareness to individuals, this thesis aims to understand how sustainable development can be fostered in a collective way. In this sense, the study lights up for catalytic actions towards sustainable development, encouraging critical reflection, dialogue and collaboration.

Keywords: Sustainability, SDGs, Sustainable Development, Sustainable Consumer and Production, Stakeholder Theory.

This work used infrastructure and resources funded by Fundação para a Ciência e a Tecnologia (UID/ECO/00124/2013, UID/ECO/00124/2019 and Social Sciences DataLab, Project 22209), POR Lisboa (LISBOA-01-0145-FEDER-007722 and Social Sciences DataLab, Project 22209) and POR Norte (Social Sciences DataLab, Project 22209).

Index

1. INTRODUCTION.....	3
2. LITERATURE REVIEW.....	6
2.1. Sustainable Development.....	6
2.2. Conceptual Framework.....	7
2.3. Qualitative Research on Stakeholder Engagement.....	7
2.4. Themes and Patterns in Stakeholder Engagement.....	8
3. METHODOLOGY.....	10
3.1. Research Design.....	10
3.2. Data Collection: Qualitative Semi-Structured Interviews.....	10
3.3. Data Analysis.....	12
4. FINDINGS.....	14
4.1. Stakeholder perspectives on Sustainable Development.....	14
4.2. Consumer Attitudes and Behaviors.....	15
4.3. Expert Insights on Sustainable Practices.....	18
5. CONCLUSION.....	23
BIBLIOGRAPHY.....	26
APPENDIX.....	29

1. INTRODUCTION

The consumer behavior and institutions responsibility towards a more sustainable consumption debate has been increasingly attracting significant attention at the international, regional, and national levels, especially considering the global movement and pressure for complying with sustainable practices.

According to the United Nations Department of Economic and Social Affairs (UNDESA), economic and social progress over the last century has been accompanied by environmental degradation that is endangering the very systems on which our future development and very survival depend (United Nations 2024).

While businesses hold the potential to positively impact society and the environment, the latest report released by the UN on the development of the sustainable goals, reinforces that it is crucial to implement policies that support a shift towards sustainable practices and decouple economic growth from resource uses (The Sustainable Development Goals Report 2023: Special Edition, Department of Economic and Social Affairs 2023, 38) .

Moreover, the report assertively states that reporting has increased on corporate sustainability and on public procurement policies, but has fallen when it comes to sustainable consumption (The Sustainable Development Goals Report 2023: Special Edition, Department of Economic and Social Affairs 2023, 38), which brings up the need to accelerate the awareness of consumers towards a sustainable behavior.

With the aim of addressing these concerns, the 2030 Agenda for Sustainable Development was created and adopted by all United Nations Member States in 2015, providing a shared blueprint for peace and prosperity for people and the planet, now and into the future. This Agenda is led by the 17 Sustainable Development Goals

(SDGs), which are an urgent call for action by all countries - developed and developing - in a global partnership (United Nations 2024).

With a specific focus to ensure sustainable consumption and production patterns, the SDG 12 was created, embracing both consumers as institutions into a shared value creation. Even though these goals have at first a theoretical and conceptualized form, they can come to light and be put into practice through the development and implementation of different actions.

Fundamentally, achieving the SDGs requires the active involvement of all stakeholders: the United Nations system, national, regional, and local governments, the private sector, civil society, academia and people at large. Success depends on pursuing a whole-of-government and whole-of-society vision with an eye to meeting the high ambitions and challenges of the goals (United Nations Sustainable Development Group 2019).

Having this landscape in mind, this thesis consists in a qualitative exploration of stakeholder engagement for sustainable responsibility within the framework of achieving SDG 12. Stakeholder engagement encompasses the practices undertaken by organizations to actively involve stakeholders in a positive manner in various aspects of organizational activities, reflecting a commitment to corporate social responsibility and sustainable development (Utting 2015).

Further, Stakeholder Theory was adopted as a foundational framework for this study in order to understand the relationships, roles and responsibilities of stakeholders in sustainability initiatives (Freeman 1984). According to this theory, organizations have obligations to all stakeholders affected by their actions, including consumers, employees, communities, and the environment (Mitchell, Agle, Wood 1997). It also

reinforces that Stakeholders' interests and concerns shape organizational decisions, policies, and practices, highlighting the importance of effective stakeholder engagement for sustainable responsibility (Clarkson 1995). When it comes to Stakeholders definition, it can be defined as those with 'the capacity to affect or to be affected,' implying a reciprocal relationship between the corporation and the stakeholder, rooted in mutual dependence rather than mutual responsibility (Fassin, 2012).

Through in-depth and semi-structured interviews with consumers, producers and experts in sustainability, the research aims to understand how these stakeholders can be engaged to foster sustainable consumer and production. This qualitative approach will be based on the principles of the grounded theory, allowing a guided analysis through the data collected in the interviews, enabling the emergence of theoretical insights.

By reflecting on the information and impressions that were shared in the interviews, the aim is to obtain a broader perspective of the challenges, motivations, and strategies driving stakeholder engagement. Through this research, contributions are expected to be made to the broader and comprehensive discourse on sustainable development and stakeholder engagement, inspiring collaborative actions and fostering progress towards the achievement of SDG 12 and, even more significantly, urging the need for acting now for all stakeholders involved, as there is no Planet B.

2. LITERATURE REVIEW

Through the literature review of existing theories, concepts and studies, it is possible to obtain an extensive perspective of stakeholder engagement for sustainable responsibility, also regarding the achievement of the SDG 12, especially considering its broad approach. Furthermore, the deepening of researches that were already developed on the subject, lights up on findings of qualitative research, theoretical frameworks and thematic patterns that guides this study approaches and its theoretical framework that will be further developed.

2.1. Sustainable Development

The concept of Sustainable Development has many different variations and brings discussions constantly. The first popularized definition was published in the report known as the Brundtland Report, as "the development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs".

From a holistic point it can also be considered as the long-term stability of the economy and environment, which is only achievable through the integration and acknowledgement of economic, environmental, and social concerns throughout the decision making process (Mitlin 1992). Additionally, the first United Nations Conference on Environment and Development in 1992 recognised that achievement of sustainable development will not be possible without stakeholder engagement (United Nation 1992).

One of the instruments designed to foster this achievement is the 2030 Agenda, established in 2015, in which world leaders agreed on a set of 17 Sustainable Development Goals and 169 targets proposed by the United Nation. In order to

concretize the goals, the EU and its member countries are fully committed to implement the SDGs into EU policies. (European Commission 2024).

Actions of this nature are crucial for fostering awareness and enhancing stakeholder engagement in driving the change. On the other hand, the constant monitoring of the practices and its measurements are key for ensuring the efficiency of it and allow the adjustment of factors that did not go as expected.

2.2. Conceptual Framework

Considering the Stakeholder perspective of this study, the theory chosen to be its foundation was the Stakeholder Theory, which serves as a foundational framework for understanding the roles, relationships, and responsibilities of stakeholders in sustainability initiatives (Freeman 1984). According to this theory, organizations have obligations to all stakeholders affected by their actions, including consumers, employees, communities, and the environment (Mitchell, Agle, Wood 1997). Stakeholders' interests and concerns shape organizational decisions, policies, and practices, highlighting the importance of effective stakeholder engagement for sustainable responsibility (Clarkson 1995).

Furthermore, it is important to understand what Stakeholders are defined as. The broad definition of a stakeholder as one who has 'the capacity to affect or to be affected' includes a form of reciprocity between the corporation and the stakeholder in the sense of mutual dependence, but not of mutual responsibility (Fassin 2012).

2.3. Qualitative Research on Stakeholder Engagement

Qualitative studies have contributed valuable insights into stakeholder engagement dynamics in sustainability initiatives. For example, based on an analysis of the moral status of stakeholder engagement, a study showed that although stakeholder

engagement has moral elements, it is primarily a morally neutral activity (Greenwood 2007). Through this conclusion we can reflect that even though organizations seem to engage on the topic, meaning corporate responsibility, that does not mean that it is responsibly driven. With that said, it is crucial that the engagement that is being accelerated between stakeholders is not based on marketing or other motivations that are not directly related to its real impact and a shared value creation.

Complementary, stakeholder management has emerged as a central theme running consistently across various contemporary handbooks on business ethics. (e.g., Crane and Matten 2004; Carroll and Buchholtz 2006). The stakeholder approach has, therefore, come to be presented as a theory of ethics for the business world (Fassin 2012). The link that leads to ethics, brings the need of evolving a trustworthy governance of corporations that will have responsibility and ethical lead stakeholder management, ensuring a long term commitment for the corporations sustainable development.

2.4. Themes and Patterns in Stakeholder Engagement

Considered as an emerging topic, several studies are being developed towards the exploration of Stakeholder Engagement, to better understand how this should be established in order to guarantee an effective engagement. Literature on the field brings up themes and patterns that reveal how complex and broad it can be but it also converges into similar findings. As an example, a study was conducted with the objective of identifying the essential elements and procedures necessary for multinational companies (MNCs) to establish a robust framework for engaging stakeholders effectively and promoting sustainable development (SD). The study named *A framework for stakeholder engagement and sustainable development in MNCs*

(Multinational Companies), showed that stakeholder engagement is a key mediator between “stakeholder network” (internal and external factors) and outcomes (corporate social responsibility, social capital, shared value and SD) (Chen and Li 2014). Through a qualitative multiple-case approach, key internal factors such as human capital/talent, technology, culture, leadership and processes such as collaboration, knowledge sharing and co-creation of value with stakeholders were identified. These internal factors and processes must be integrated and aligned with external factors such as social, political, cultural, environment and NGOs to achieve effective stakeholder engagement (Chen and Li 2014). Considering these and further researched findings, this study aims to identify in which ways internal and external factors can be merged in order to potentialize and foster engagement towards Sustainable Development.

3. METHODOLOGY

3.1. Research Design

The research adopts a mono method qualitative study, in order to investigate and explore stakeholder engagement for sustainable responsibility, accelerating the achievement of SDG 12. The qualitative research aims to investigate the meanings attributed by participants to circumstances and explores the relationships between these meanings. It employs data collection and analytical procedures to construct a conceptual framework and contribute to theory development (Creswell 2013).

Additionally, the Grounded Theory was adopted to conduct the research, considering that no previous hypothesis was conceived. The Grounded Theory was developed as a process to analyze, interpret and explain the meanings that social actors construct to make sense of their everyday experiences in specific situations (Charmaz 2006; Glaser and Strauss 1967; Suddaby 2006). Considering this study's context, this theory allows a broad spectrum for conducting the research, once it is expected to obtain from Stakeholders its point of view and impressions in the most natural and accurate way.

Grounded theory' can be used to refer to a methodological approach, a method of inquiry and the result of a research process (Bryant and Charmaz 2007; Charmaz 2011; Corbin and Strauss 2008). In other words, it is a methodology, a way of investigating topics, and the end product of research, which starts with no assumptions and will be guided by the data further collected.

3.2. Data Collection: Qualitative Semi-Structured Interviews

For the collection of qualitative data, semi-structured interviews were applied with two key stakeholders groups: consumers & experts in the field of sustainability.

The interviews were guided by a questionnaire script to coordinate and give it a structure, but the purpose of the interview was to have an open space for adapting questions if needed, according to the flow of the conversation and respective answers.

The interviews were conducted via Teams (online), in order to allow a more flexible way of contacting the individuals and closer contact, also trying to create a comfortable and safe environment to get the most sincere answers from each interviewed individual. The calls were recorded and simultaneously transcribed through the used platform, with each individual's authorization.

Additionally, the questions for the interview were elaborated in general lines, for suiting both groups being interviewed (consumers and experts) yet encompassing the main purpose of the interview: *“How to engage stakeholders to foster sustainable consumer and production?”*. The questions were designed to perceive the “what and how” but also the “why” sustainable responsibility exists - or not - in individuals/experts and how it can be potentialized:

- *Consumers: explore their attitudes, behaviors, and perceptions regarding sustainable consumption and their expectations from producers and policymakers in promoting sustainable practices.*
- *Experts: besides exploring their consumer side with general questions, provide insights into current trends, challenges, and best practices in sustainable production and consumption from their perspective.*

Considering the study's exploratory purpose, a random sampling was formed by reaching out to individuals with diverse backgrounds and different age groups, with the purpose of understanding different perspectives and experiences on the topic.

Furthermore, individuals were selected considering different nationalities, aiming to

explore the variations of contact with the topic, when considering consumers.

Complementary, experts from different sectors were selected in order to bring a multifaceted experience and add value on the data collection.

The sampling was formed by 15 individuals, which were all considered as consumers. From the overall sample, 5 of them were experts, enabling the deep diving in more specific questions on the topic with these specific interviewers. Among the experts, there were different, as detailed below:

Table 1

Experts Profile Description

Name	Area of Expertise	Current Position	Current Location
Camila Villas	Sustainable Fashion Consultant	Sustainable Sourcing Expert at International Trade Centre (UN/WTO)	London, England
Marta Cerqueira	Journalist and Social entrepreneur	CEO Peggada & Member of Rizoma Cooperative	Lisboa, Portugal
Nathalie Ballan	Sustainability consulting and social entrepreneurship	CEO Sair da Casca & Board Member B Corp	Lisboa, Portugal
Vitorino Mello	Political, Economic and Financial affairs	Diplomat & First Secretary at the Portuguese Permanent Mission in New York	New York, United States of America
Vitor Belota	Sustainable Consultant & NGO Litro de Luz Founder	Head of Sustainability & Sustainable Education at Grupo Splice	Florianópolis, Brazil

3.3. Data Analysis

Qualitative data analysis will involve thematic analysis to identify patterns, themes, and insights from the interview transcripts. The transcripts will be reviewed iteratively to develop a deep understanding of the data, allowing for the identification

of consistent themes and patterns. The identification of these themes and patterns will be based on the semantic content of the data, with an emphasis on capturing the inherent meaning conveyed in the transcripts, rather than relying on coding techniques (Braun & Clarke 2006).

4. FINDINGS

The following section will present the outcomes of the study, focusing on the insights obtained from the semi-structured interviews that were conducted with stakeholders disclosed previously. The analysis aims to interpret the perspectives, motivations, challenges, and strategies of each of the individuals that were interviewed in promoting sustainability within their respective contexts.

The conducted interviews allowed an in-depth exploration of stakeholders' experiences, perceptions, and behaviors related to sustainability engagement. Guided by a systematic examination of the interview transcripts, key themes, patterns, and variations emerged, providing valuable insights into the dynamics of stakeholder engagement in sustainability efforts and will be further shared.

4.1. Stakeholder perspectives on Sustainable Development

As disclosed before, the interview was based on a semi-structure approach, meaning that it was given a flexible frame for the questions, to explore in a more fluid way each of the individual's perceptions, based in each one's reality. Even so, the first approach with all of the interviewees was “are you somehow interested in sustainability”, disclosing to them that the sustainability definition considered is meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs, as defined in the Brundtland Report (World Commission on Environment and Development 1987). Besides, it was also reinforced that a holistic approach of sustainability was being considered, meaning that this balance involves economic, environmental and social considerations.

When consolidating the interviewee's response on that, it was clear that all of them were interested in the topic. On the other hand, excluding the experts, most of the interviewees shared that although they were interested in the topic, they were not acting in a sustainable way in their daily lives and decisions in general. Based on the answers, the main

reason for that was not knowing exactly how to act in a sustainable way. Nonetheless, the majority mentioned that sustainability does influence somehow in their daily decisions, specially regarding to individual sustainable actions, such as: the use of recycling bags when purchasing, consuming from local brands and producers, recycling, upcycling, bio products and avoiding plastic consumption.. Lastly, it was possible to identify that when it comes to sustainable actions, the individuals that showed more involvement on the topic exposed that more than a responsible consumption, the important mindset around is for just consuming the really necessary products.

4.2. Consumer Attitudes and Behaviors

When analyzing the answers from the 10 consumers interviewed, excluding the experts, different and important findings can be considered. For the findings analysis, consumers and experts were separated, enabling a filter of the biases and previous contact with the topic that experts hold. After understanding the individual's interest and involvement within the topic, more specific questions were elaborated to identify the influence of sustainability when making a purchase and also which other factors have influence on this decision making process.

Curiously, the majority of the individuals shared that sustainability does influence their decision when making their purchases, for instance “trying to use a little bit less energy at home”, “choosing for cruelty free products”, “boycotting brands that do fast fashion”, “trying to use public transport the most”, “trying to avoid plastic consumption” and “recycling”. On the other hand, people that shared that sustainability do not mainly influence their decision making, mentioned some reasons as: “I’m going to choose the better product”, “Not as powerful as I think I would like, because my daily decisions are still based on more practical options” or “ it is not sufficiently convenient in some occasions”.

Parallely, when individuals were asked if there was an interest in having access to a sustainable label of the products they consume, providing a clear access to information directly exposed on the product. All of them answered that they would like to have this access, considering sustainable labeling for example. Moreover, the majority of the individuals shared that they feel that they have no clue of what is behind the product production, having a feeling that this reality is not transparent enough and too distant.

Besides, a question on the information disclosed on products trustworth was included to understand the reliability of consumers on what is being communicated by the companies. When it came to the answers, the majority mentioned that yes they do trust the information disclosed on the product, specially for the products that are consumed “at the moment”, meaning with no previous research or enough time when making the purchase decision. Furthermore, most of them mentioned that the more information disclosed on the product the more they trust, pointing out that effective data (numbers exposing the information) and certifications on the field, e.g B Corp, do potentialize their truthworth.

With the intention of comprehending where consumers look for sustainable information of products, when they do, and how this research is led, individuals were asked which source they rely on for accessing this information. The half of the sample that did search for information before making a purchase shared that they usually browse the internet, with no specific source. Although, they did mention some specific social media and content creators that provide information of the product, based on other people's experience with it, reinforcing that real perspectives and reviews of the product from third party sources also support these consumers when looking for sustainable options of purchase.

To close the interview, two last questions were asked, one towards the individual's familiarity with the concept of SDG's, with the purpose of identifying how disseminated the sustainable goals are towards the society, and the other question to comprehend the

perspective and hopes of the person regarding the path that our society is building towards, or not, sustainability. This last question was developed in order to compare how the individual's responsibility towards sustainability is related to it's hope. In other words, to understand the different perspective of hopes between individuals that do and the ones that do not act in a sustainable responsible way.

When asked about the SDG's, most of the individuals did know what they are, but did not have much more knowledge of why it exists and how exactly it is applied. Also, when raising this question, an additional inquiry was provoked, by trying to identify if sustainability in general was ever presented to them through their student path e.g, school or university. For instance, it was possible to reflect that just one of the interviewers has had a previous contact with the subject through her educational institution.

Lastly, relating to the individual's impressions and hopes, most of them were not positive and many shared that they feel that a lot is still yet to be done. In addition, the great majority did mention that they believe that the responsibility for the major change is dependent on companies and governments. Their justification on that surrounds the belief that these institutions are the ones having the bigger impact and influence in the overall sustainable impact. Nonetheless, a few of the individuals shared that they do see that awareness is being constantly raised on the topic, bringing people to action and they do believe that a shift can be promoted towards a better direction.

Notably, even though it is known that there is a gap in between attitude and behavior in consumers, it was possible to identify that all of the individuals mentioned that the questions on the interview led them to somehow reflect and raise awareness on the topic and on how they are currently acting or not on it. Some individuals mentioned that they were actually never reflecting on this engagement, which exposes the distance and a non individual responsibility role taken.

4.3. Expert Insights on Sustainable Practices

The experts' selection aimed to obtain different perspectives from individuals that are directly related to the topic. With that in mind, experts with diverse backgrounds were chosen to enable a broader variety of insights and add value to the analysis. Once combined with the consumer's answers, a holistic approach towards stakeholder engagement is expected to be developed.

The interview with this group of people was led in the same way as with consumers, following the structure of questions and allowing a flexible flow as the interview progresses. Considering the experts familiarity with the topic, several connected questions were raised, naturally being added to the interview but still respecting the pre-established maximum time for the call, which was 40 minutes, and also not letting the main focus be dispersed.

When being questioned about the interest on sustainability and its influence on daily life, all of them answered that in general all their life aspects are involved on the topic, especially considering their professional position which was not a surprise. Nonetheless, different motivations brought them to this path and an interesting fact that was also previously observed when interviewing consumers, some of them shared that they did not have a proper contact with sustainability in pre-university education and neither during their bachelor's, which are in different fields. This finding raised a question on how and if schools and universities have been taking the due care and attention on such an important topic.

In particular, while exploring this answer an important reflection came from one of the experts, Nathalie Ballan, CEO of a Sustainable Consulting Company and Board Member of B Corp, regarding the difference of engagement when comparing generations. She brought attention to the fact that her generation, the boomers, are historically more engaged in sustainable actions, considering the interest on the topic and also the effective activism. This fact highlighted that, even though sustainability happens to be given more attention nowadays,

the boomer generations have had a significant impact when it comes to regulatory measures towards sustainability in the European Union. For instance, this generation was also identified as being more sensible to sustainable consumption. Overall she emphasized that “the problem around sustainable engagement is not mainly around group ages, but on the information and literacy access of all individuals”.

Further on, all of the experts shared that they do go after information on what is behind the product, appointing different ways and sources for doing so. The majority mentioned that mainly they rely on options that they are familiar with and know about it’s background, but also consider going to the products label to check on certifications or disclosed information that will influence their decision. For instance, considering that they have knowledge about the field, it is possible to apply it when analyzing different products, deciding on a more sustainable choice.

In addition, when they were asked about the reliability on the information disclosed, it was possible to identify that there is a trust on what is exposed on the products, specially with the arguments that an attention is being raised on greenwashing, so companies are not choosing to risk their reputation with misinformation scandals or other kinds of complaints related to their products. Additionally, it was also mentioned the pressure in between companies to not step out of what is in compliance, otherwise it is a chance to expose the competitors for irresponsible or illegal actions.

Indeed, considering the European Green Deal framework, there is already a movement towards the adoption of sustainable transformation by the companies, when it comes to transparency, accountability and regulations. According to Camilla Villas, Sustainable Sourcing Expert in the International Trade Centre (UN), it is known that companies will have just one option as soon as these regulations are active there will be one option: “comply or die”. This makes clear the urge of companies to comply with the regulations that will further

be implemented, but also calls attention to the threat of small and medium business, specially outside of Europe that will probably suffer with not enough structure to adapt to the changes and probably will lose space on the market.

Moreover, one of the interviewed experts, Marta Cerqueira (Social Entrepreneur, CEO of Pegadda) also mentioned the importance of individuals on deciding where to consume their products, as local markets or small businesses, which can be a starting filtering point for accessing products that are more reliable on the information disclosed. As an example, she mentioned the cooperative that she is currently a member (Rizoma Coop, Lisboa), which is a business model driven to transform a community into a support network, by offering basic consumer goods in an economically, ecologically, and socially responsible way. By consuming from this cooperative, Marta is relying on a selection of products that was previously filtered into sustainable standards, facilitating the movement towards a more responsible consumption.

In regards to the SDG's, the familiarity and knowledge about them was unanimous, especially considering that two of the experts are currently working in the United Nations. It was mentioned that the SDGs are currently guiding and being applied as a framework for the businesses, internally and externally. For the two experts that are acting as Sustainable Consultants and Head of Sustainability, they shared that the SDG's are specially used for guiding companies in their sustainable development steps and path. On the other hand, Marta Cerqueira shared that the SDG's are constantly being used when creating content for her businesses platform, which is an online project that connects sustainable businesses in Portugal with consumers who want to have a greener everyday life. In this perspective, it was interesting to identify the Sustainable Goal being directly used in consumers' communications.

On the other hand a nuanced perspective on the disconnection of society and individuals with the Sustainable Development Goals (SDGs) emerged from the expert's

answers. Different factors were raised as contributors for this disconnection, varying from limited awareness and understanding of the goals, to systemic barriers that interfere with the engagement. They note a significant gap existing in translating this awareness into concrete action at both societal and individual levels, while emphasizing the importance of fostering a sense of ownership and accountability among stakeholders.

Further, the majority also reinforced that in fact they see the SDG's more as a framework for companies and government than for people in general. As illustrated by one of the experts Vitor Belota, that is currently Head of Sustainability at Grupo Splice (Brazil) and also Founder of the NGO Litro de Luz, "the SDGs are just a map of how you can get to a destination, but if you are not emotionally engaged and super interested, there is no point". "Unfortunately, the world has not yet understood so clearly the gravity of the challenges it is facing and that is why there is still very little respect".

Nevertheless, from the perspective of Vitorino Mello, Portuguese Diplomat in the UN, "there's definitely a conversation raised by the SDG's starting in many parts of the world, and it's an ongoing marathon that you need to continue pushing, to continue evolving for discussions, creating opportunities for people to talk about these topics and you are able to generate a global conversation about some of these issues". "Also, when it comes to the UN, having youth organizations around the world that try to mobilize youth for social causes, NGOs, the private sector, businesses and companies, so all of these entities are trying its best to have in all these different conferences, meetings, events, discussions to include the inputs and involve in this global conversations as much as possible civil society". He added that, "this also means that there's still a lot of bias for those organizations that have representations around the headquarters of the UN or where the UN meets and there is still a lot of work to do because there's still lots of gaps and a lot of people don't know what the UN does and they're probably doing great things as well".

Lastly, a question regarding the individual hope in regarding the way we are heading towards sustainability, many reflections were brought by the experts in different ways. In fact, it was mentioned that there is considerable hope in the younger generations, justifying that they are the ones that will bring and implement the change in organizations and institutions towards sustainable development. Further, it was also mentioned that they do identify that sustainability it's still a topic that is too far from people's reality, it is not yet a collective concern and there is no emotional attachment and belonging to the cause either. On the other hand, they all reinforced the belief in the power and influence of individual's changes, within their own role in this engagement path. As mentioned and synthesized by Nathalie Ballan, "I'm optimistic because it's too late to be pessimistic, my medicine is in action, that is, thinking about an impact on my tiny scale within my sphere of influence". On the other hand, wisely added by Vitorino, "sustainability is still very much a western concept in terms of patterns of decisions and you still need you still have a lot of margin to evolve around the world and especially in the developing world. So it's not easy to draw a picture of optimism and hope and where you stand because there are so many indicators and it's a complex scenario but you need to have that optimism, you need to have hope to continue pushing for solutions in all these different fronts".

5. CONCLUSION

Through the analysis of the answers from both consumers and experts taken from the interviews, it became evident that there is still a big path towards stakeholder engagement for sustainable development. Especially from the experts perspective, it was possible to identify the SDGs as a framework that guide organizations actions towards the achievement of the 2030 Agenda for Sustainable Development. On the other hand, there will be no success without the involvement of all parts.

The findings of this study shed light on the importance of fostering information and literacy into civil society in order to raise awareness and create an individual sense of belonging in the cause. From consumers' answers, it was possible to identify that even individuals that are interested on the topic somehow do not know exactly how to act on it. With that in mind, effective actions should be taken from both institutions and government for promoting community engagement.

When it comes to organizations actions, it was possible to identify an interest from consumers to have access to information through the product's label, although this might not exclusively drive a proper shift on consumers' awareness and responsibility towards sustainability. It is important that organizations not just expose sustainable information from the product, but also lead a movement involving consumers and the market in this action.

Furthermore, a "Sustainable Development Score" could be created in order to raise attention to the aspects involved in sustainability (e.g: social, environmental, cultural, economic). The score can provide an illustrated sustainable perspective of the product, likewise the "Nutri Score" already existed in Europe, but for Nutricional Standard. Therefore, the SDG's framework would be taken a bit closer to the individual

level. However, it's important to note that these sustainable standards should be carefully determined and regulated to become an accurate and transparent resource for consumers. For instance, this action could foster both literacy on the topic for individuals but also become a catalyst for companies to act in compliance to the sustainable development standard.

With regard to the community sphere, the concept of *multisector cooperation* could be replicated in different cities and areas, in order to foster individual involvement in sustainable actions in a collective movement. Based on the model of a multisectoral cooperative integrating a grocery store with sustainable and healthy products, the existing *Rizoma Coop* in Lisbon, Portugal, is a perfect role model. The concept is: a community grocery store, participatory and self-managed by and for the community, guaranteeing quality products at fair prices for those who produce and cooperate. Despite this, every "consumer member" is also an "owner" and "worker" and contributes 3 hours/month to the operation of the store. The cooperative offers hundreds of local products at competitive prices, supports more than 80 local and/or sustainable producers, and practices price transparency and product information. This initiative and model is the optimal combination of quality, sustainability, health, affordable prices, transparency, collaboration, education, solidarity and critical citizenship.

Despite this movement, considering the interviewees' answers, it was possible to identify that the contact with the topic just happened further in their student or professional life, but for the majority was never directly exposed to it. Thus, it is important that sustainability subjects are incorporated as mandatory in schools and university's curriculum. This measure would contribute to information democratization and dissemination. Importantly, professionals with proper Educational Communication

background with the focus on Sustainability should be ahead of this kind of subject, in order to promote education through inter and multidisciplinary approach, allowing the developing of critical sense over this topic.

In conclusion, it is clear the urge to involve individuals towards sustainable actions and this shift will just be possible when people understand the role played in the change rather than outsourcing the responsibility for companies and governments on acting. Nonetheless, it is also crucial that these two mentioned players act in a transparent and collective way, prioritizing shared value creation.

Lastly, to what comes to limitations and future studies, it should be considered that this study and its conclusions are reflected in the so-called “developed and economies in transitions” reality, based on the interviewed sample and literature review. It is important to note that stakeholder engagement will vary and depend on each country's reality and particularity. Besides, when analyzing stakeholders engagement, the study is based on consumers’ perspective, based on a small and niched sample, that limits the broadness and diversity of contexts in regard to cultural, social, economic, demographic and other differences. Hence, future studies could explore other stakeholders and realities, with larger sample cases and interviews to determine other key actions that can foster stakeholder engagement.

BIBLIOGRAPHY

- “THE 17 GOALS.” 2024. United Nations. <https://sdgs.un.org/goals>.
- Bergstrom, Bruce, Jo Rhodes, Petter Lok, and Vicent Cheng. 2014. “A Framework for Stakeholder Engagement and Sustainable Development in MNCs.” *Journal of Global Responsibility*. <https://doi.org/10.1108/JGR-02-2014-0004>.
- Braun, Virginia, and Victoria Clarke. 2006. “Using Thematic Analysis in Psychology.” *Qualitative Research in Psychology* 3:77–101.
doi:10.1191/1478088706qp063oa.
- Bryant, Antony, and Kathy Charmaz. 2007. *The SAGE Handbook of Grounded Theory*. London: SAGE Publications.
- Carroll, Ann, and Archie B. Buchholtz. 2006. *Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management*. 6th ed. N.p.: Thomson/South-Western.
- Charmaz, Kathy. 2006. *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*. London: SAGE Publications.
- Clarkson, Max B. 1995. “A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance.” *The Academy of Management Review* Vol. 20 (1): 92-117. <https://doi.org/10.2307/258888>.
- Corbin, Juliet, and Anselm Strauss. 2008. *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Crane, Andrew, and Dirk Matten. 2004. *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. 2016th ed. N.p.: Oxford University Press.

- Creswell, John W., and Cheryl N. Poth. 2017. *Qualitative Inquiry and Research Design*.
N.p.: SAGE Publications, Inc.
- Fassin, Yves. 2012. "Stakeholder Management, Reciprocity and Stakeholder
Responsibility." *J Bus Ethics*, 83–96.
<https://doi.org/10.1007/s10551-012-1381-8>.
- Freeman, Edward, and John McVea. 2001. "A Stakeholder Approach to Strategic
Management." <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.263511>.
- Glaser, Barney, and Anselm Strauss. 1967. *The Discovery of Grounded Theory:
Strategies for Qualitative Research*. Aldine: Aldine.
- Greenwood, Michelle. 2007. "Stakeholder Engagement: Beyond the Myth of Corporate
Responsibility." *J Bus Ethics* 74:315–327.
<https://doi.org/10.1007/s10551-007-9509-y>.
- Mitchell, Ronald K., Bradley R. Agle, and Donna J. Wood. 1997. "Toward a Theory of
Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and
What Really Counts." *The Academy of Management Review* Vol.22, no. 4
(October): 853-886. <https://doi.org/10.2307/259247>.
- Mitlin, Diana. 1992. "Sustainable Development: A Guide to the Literature."
Environment and urbanization, (April).
<https://doi.org/10.1177/095624789200400112>.
- "PRIMER ON THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS." 2019. United
Nations Sustainable Development Group. <https://unsdg.un.org/SDGPrimer>
- "Report of the United Nations Conference on Environmental and Development." 1992.
United Nations. <https://www.un.org/esa/dsd/agenda21/Agenda%2021.pdf>

Suddaby, Roy. 2006. *From the Editors: What Grounded Theory Is Not*. N.p.: Academy of Management Journal.

“Sustainable consumption and production.” 2024. the United Nations.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>.

“Sustainable Development Goals.” n.d. European Commission. Accessed May 11, 2024.

https://international-partnerships.ec.europa.eu/policies/sustainable-development-goals_en.

United Nations. 2023. “The Sustainable Development Goals Report.” *Special Edition*, 38.

Utting, Peter. "Business Responsibility for Sustainable Development: A Review of Concepts, Research, and Practice." In *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*, edited by Andrew Crane, Dirk Matten, and Laura Spence, 52-61. Routledge, 2015.

World Commission on Environment and Development (WCED). 1987. “Our Common Future.” *Report of the World Commission on Environment and Development*.
https://gat04-live-1517c8a4486c41609369c68f30c8-aa81074.divio-media.org/filer_public/6f/85/6f854236-56ab-4b42-810f-606d215c0499/cd_9127_extract_from_our_common_future_brundtland_report_1987_foreword_chpt_2.pdf.

APPENDIX

Guidelines: Semi-Structured Interview

How to engage stakeholders to foster sustainable consumer and production?

Focus on the understanding of “what and how” but also the “why” this responsibility exists - or not - in individuals/experts and how it can be potentialized.

Q1: Are you somehow interested in Sustainability?

Break the ice and get the person's involvement with the topic

Q2: Does sustainability influence your daily decisions?

Try to take any relation of the person with sustainability in general

Q3: When making a purchase, do you consider going after sustainable information about the product?

Is sustainability considered when making purchase decisions by this person?

Q4: When searching for a sustainable choice of purchase, where do you usually search for it?

Where/Who do people rely on for “advice” when making a sustainable decision

Q5: Have you ever decided not to purchase a product because of sustainability concerns?

Understand the impact of information on the attitude of the person

Q6: Would you be interested in having access to a sustainable label of the product you consume?

Understand the potential influence of a sustainable label to the consumer

Q7: Do you feel that you can trust the information disclosed in the product regarding its composition/production, when available?

How is the reliability of people regarding informations that are exposed to them

Q8: Are you familiar with the Sustainable Development Goals?

Are the SDG's known by people in genera

Q9: How are your hopes towards our planet/society survival and the direction we are heading to?

Get a more emotional and individual perspective in regards to where we are heading to

Interview I - Date: 29/03/2024 - Language: Portuguese (PT)

Nathalie Ballan | CEO Sair da Casca & Board Member B Corp

Sustainability Consulting, Social Entrepreneurship

Q1: Como você chegou nesse mercado de sustentabilidade? Como foi seu primeiro passo para essa área?

Eu criei a Sair da Casca em 1914, há 14/30 anos, exatamente alguns anos depois de ter chegado a Portugal e meu percurso foi muito dividido entre 3 ou 4 frentes. Um grande interesse meio pela política, quando era muito nova, acompanhei alguns movimentos da juventude bastante politizados. Sou mãe, e também eu fiz bastante voluntariado desde os há desde a minha adolescência, por isso eu já era super sensível. E, sobretudo, as questões sociais, de direitos humanos, democracia, etc e o terceiro imã foi que participei na criação de várias empresas quando estavam em França e gostei imenso disso. E o quarto elemento que tive, alguma experiência no jornalismo, uns projetos de comunicação. Eu achava que o nível de informação era super importante para a democracia, para as pessoas poderem fazer as suas escolhas e tomar decisões de forma consciente. Por isso, quando a gente junta política, o voluntariado é ONG, criação de empresas e é o tema da comunicação no sentido sensibilizar, mobilizar e educar, etc. Basicamente, isso tudo misturado e origem a empresa sair da casca.

Q2: E você, quanto consumidora, tem esses olhos para a sustentabilidade e busca essa informação neste sentido em algum sítio?

Sim, claro, mas estou muito longe de ser uma consumidora exemplar. As coisas muito simples, como o papel para limpar a cozinha, os rolos de papel ou algodão para maquiagem. Eu tenho que comprar exclusivamente frutas e vegetais locais. Pronto, quando eu digo que é quase porque eu não vivo sozinha e às vezes é difícil conciliar os imperativos, mas éticos e depois os gostos da família. Mas acho que basicamente aqui conseguimos, pelo menos na parte dos vegetais e da fruta, sermos consistentes também quando possível. Produtos biológicos, o de uma agricultura mais sustentável também é casa. Passamos a comer carne vermelha, talvez 2 vezes por mês, não mais. Ou seja, na alimentação tem bastante cuidado. Também tenho de comprar marcas e produtos que eu sei que tem um bom desempenho, tanto serem isso a prioridade produtos portugueses..

Se não necessariamente marcas biológicas, confiáveis, podem ser também produtos da nossa maquete, mas aos quais eu conheço uma preocupação social e ambiental aqui que fazíamos mais. Bom, é óbvio também que cada vez que eu vou viajar, eu gosto de andar de comboio e quando fazíamos viagem para tentarmos que o carro esteja cheio também a com as pessoas da família, outras pessoas. Já quem puder dar boleia, que eu faço, eu também deixei de comprar roupa há muito tempo. Eu compro produtos com certificação e porque eu conheço as empresas e eu sei que também tenho boas práticas, tente não recorrer às vendas on-line é. Atento mais possível que sejam restaurantes, empresas sociais como o Scherer é o único em Belém. Não estou a dizer que estou a fazer sempre, mas bom também aqui, aí eu dou preferência a restaurantes que tenham um posicionamento sustentável. Eu estou longe de ser perfeita porque, por exemplo, no dia a dia e o não uso muito, os transportes públicos é eu às vezes estou super cansada e tenho muita pressa e tenho 56 reuniões por dia.

Q3: É esperançoso ver alguém de uma outra geração agindo dessa forma, porque é mais comum ouvir este tipo de prática de pessoas de gerações mais recentes, não?

Não é para defender minha geração, mas é a minha geração por acaso foi a geração do futuro todas as leis sobre um ambiente na união europeia, o seu, se você fizer um estudo da regulamentação ambiental, vai ver que a partir dos anos 85 há um esforço brutal em europeia para regulamentar qualidade, segurança e normas ambientais.

Eu não acho que a sensibilidade, ou seja, eu acho que a sensibilidade para a sustentabilidade mudou é que tá começando a começar a ser uma nova norma, mas não é uma questão de idade. E aqui você tem que ter cuidado no seu estudo, quando eu vejo das gerações a que são mais sensíveis ao consumo sustentável são as minhas, ou seja, os boomers. Por quê? Porque já não tem tantos problemas, vou tentar ser com alguma, e não é porque eu também depende muito do estado social. Tenho dúvida da idade, são absurdas da minha geração, com boa formação e que estão bem na vida hoje. É bastante atento. E os últimos tudo que houve sobre a militância e sustentabilidade mostra na Europa e, sobretudo, a influência que a geração que tem entre os 18 e 25 anos hoje, só 15% têm um interesse especial, a especial no sentido, têm envolvimento e querem ser consumidores muito atentos e exatamente a mesma proporção, se já ter vindo por cento das pessoas da minha idade. Por isso o problema não é geração, é informação e literacia.

Q4: Voltando ao ponto de busca de informações neste sentido, qual a sua fonte normalmente?

Ok, então vamos fazer as 2 partes antes de buscar informação. Há uma primeira seleção que eu fiz com critérios que não dão trabalho. Por exemplo, o produto está produzido em Portugal ou não? É um produto da estação? Primeiro de tudo e o só compro se eu preciso mesmo. Ou seja, para mim, o primeiro erro é recusar, ou seja, vocês querem me dar um brinde? Eu normalmente vou dizer que não e agradecer, porque eu não preciso já tenho imensa tralha em casa. Na minha idade, eu já tenho muita roupa, eu não preciso de comprar nada, okay? Só vou precisar quando a peça estiver completamente estragada, já não posso ir trabalhar com isso, enfim, o meu primeiro reflexo é não consumir. E depois, quando eu tomo a decisão de do consumo, então como estava a dizer, vou e isso não dá, tá? No caso da alimentação, depois do quarto reflexo eu normalmente vejo rapidamente a etiqueta, certo? Se eu compra alguma coisa e que eu vejo de onde vem, para não comprar produtos que vem de fora, vejo onde é que foi produzida, etc. E eu também tento não comprar muitos produtos transformados o menos possível. Não estou a dizer que eu não compro, mas eu compro o menos possível. Na realidade, eu nunca vou a supermercados muito raramente, nunca vou ao centro comercial, por exemplo. Depois, quando eu vou comprar ocasionalmente uma roupa também vejo onde é que foi produzida. Hoje há muitas marcas de roupa sustentável mais sustentável e muita loja de roupa em segunda mão também. Por exemplo, a minha filha só compra roupa em segunda mão. Sou também uma pessoa super normal, não é? Posso comprar uma coisa na Zara, para, sobretudo, para o meu filho? Aí eu vou comprar. Há uma marca mais ecológica e eu não posso confirmar se o que eles colocam na etiqueta é verdade. Eu aqui e o eu vou confiar? A partida é na informação da da marca e de vez em quando tem uma dúvida, eu vejo na internet, não é? É muito complicado porque eu todos os dias eu trabalho nisso. Acho que é, então as pessoas podiam olhar para deco proteste, que é uma boa fonte de informação em Portugal, uma associação portuguesa dos direitos dos consumidores, é uma é uma revista. Quando és um objeto mais caro, e que eu sei que vou fazer esta compra de 55 anos, não é? Tá aqui, eu faço uma pesquisa na internet para ver se esta marca e o Stein empresa tem alguma certificação. O melhor é não consumir, ou consumir o mínimo possível. É

horrível dizer isso, porque parece que to a atacar essas empresas, não é nada, isso é. Eu tenho um consumo, é tudo resolvido, obviamente de necessidade, não é? Que coisas também que me dão prazer, mas tem um consumo disso sempre consciente? Eu não compro coisas que não sejam indispensáveis a minha vida e qualidade de vida.

Q5: Qual é sua visão acerca do Sustainable Labeling?

Eu, como consumidora normal, médio, e eu acho que as pessoas não têm muito tempo para fazer uma escolha numa selva e acumulação de informação e minhas certificações. É, ou seja, não podemos para mim, o mais importante é o consumidor ter uma consciência geral do que é sustentabilidade da forma como ele pode abordar o consumo dando menos trabalho possível, ok? Por exemplo, você conhece o peixe? É uma certificação que é para o papel, cartolina a 11 certificação, que é fazer obviamente eu tenho que comprar os produtos, mas eu acredito que para um consumida melhor, que não trabalha na sustentabilidade, é impossível e impensável ter noção do todo, todas estas certificações. Agora o fato é que isso não impede a empresa de fazer. É muita empresa por ter uma certificação de B Corp, mesmo se isso não influenciar diretamente o consumidor. Mas é uma forma para a empresa avaliar a sua atividade com uma ótica de sustentabilidade de uma forma muito colaborativa, com um negócio e não só como a gestão da empresa, mas muito nas operações. E também é uma forma delas começaram um caminho para melhorar a sua informação para com o consumidor, seja o que eu quero dizer. E aqui a empresa não precisa de fazer certificação até o fim. Precisa perceber qual é o movimento, ver se, faz sentido para ela e a partir de um processo de melhoria contínua, preferencialmente com certificação, mas pode ser sempre o que você pode fazer. Ao adotar a certificação B Corp, mesmo não indo até o final, a empresa pode refletir sobre os impactos do seu negócio. Vai acontecer a mesma coisa com a regulamentação Europeia, e isso eventualmente pode levar uma empresa a perceber que ela pode melhorar a produção. Quais atributos dos produtos que ela pode comunicar melhor? O que eu quero dizer é que hoje com todo o investimento que existem, publicidade, marketing quando as empresas têm realmente boas informações de informações positivas a dizer sobre os seus produtos, talvez isso poderia ser uma parte da sua comunicação comercial, ou seja, se os mercados começaram, e muitas já estão a fazer isso, a introduzir na sua comunicação com os consumidores mais informação

credível, legítima e mais de incentivo ao consumo sustentável. Depois nos pontos de venda, mesmo sem saber exatamente o que são as certificações. Eu acredito no mercado, eu sou uma liberal. Eu acredito que se houver uma certificações pouco sérias a procurar dar a ligação já ambientais, sociais ou nutricionais falsas, rapidamente alguém, a sociedade civil, a mídia vão denunciar isso, ok? Por isso eu acho positivo de qualquer forma, quando você compra um chocolate, esta etiqueta do comércio justo, o da pesca sustentável, mesmo sem conhecer o Talho, pode ser um elemento de informação para o consumidor sobre a canja. Por outro lado, uma série de cães de guarda organizados para denunciar suas certificações foram abusivas. Mas eu acho melhor, mais do que nada, porque mesmo assim, quando estou no supermercado, sobretudo chocolate, um que é comércio justo, certo é de e outro que não é nada bom. Eu vou buscar o certo é de o que que pode acontecer, não é? Mas a partida que eu espero desta empresa, desta marca que já fiz é que já tenha feito um esforço mais importante do que o concorrente ao lado. Eu acho que temos mais de 250 certificações sobre as matérias de sustentabilidade. Por isso, é verdade que é uma selva para consumidores. Pessoas a vigiar, a atacar, a contestar uma coisa que funciona bem também no mercado e que, quando uma marca é, está glorificada, se o produto, os concorrentes, estão a olhar. E em Portugal, quem faz queixas não são os consumidores, são os concorrentes. Por isso vamos ter equilíbrio, não é? É, eu já trabalhei para para um cliente que fiz uma ligação de de bem estar animal. E a tua ligação era vaga e canhota. O concorrente pediu que as campanhas sejam retiradas. Por isso o cliente cancelou sua campanha e foi buscar uma certificação mundialmente reconhecida e na segunda campanha correu tudo bem. E internamente, fez uma grande evolução. Também não é que estavam, não estavam respeitando as regras do bem estar animal, mas ainda não tinham suficientemente evidências, por isso construíram suas evidências. Aproveitaram para também se desenvolver e hoje é uma marca incrível, é neste aspecto. É quando há uma empresa, uma marca que está aqui pela positiva, os outros podem copiar. Isso é ótimo. Podem inspirar-se positivamente, é muito mais interessante isso do que pelo castigo, mas só que os 2 funcionam. É pronto um dos impactos positivos para a empresa desse desse labeling sustentável, porque a gente não é do da parte do consumidor, claro. Não, isso é sim para a empresa. Hoje é hoje, temos 50 mil empresas da união europeia que tem obrigação de fazer. Report de sustentabilidade, segundo regras bastante exigentes. Por isso, para essas 50 mil

empresas, já é um requisito legal. Não há opção ok. Este novo relatório em sustentabilidade vai obrigar as empresas a avaliar os seus impactes.

E é a comunicar a sua gestão do risco desses impactos, mas também suas oportunidades. Por isso é obrigatório e é isso que vai informar a banca. Os investidores para darem crédito, empréstimos ou para investirem nas empresas precisam para ter acesso ao mercado financeiro. Não é só respeitar a legislação mas também a de mostrar progressão em termos de desempenhar sustentabilidade. O que eu acho que tem efeitos positivos claramente dado aqui aos mercados financeiros, diminuir os riscos. Avaliou os riscos, vai conseguir controlar melhor, não é? E antecipar. Aí eu acho que queria perspectivas de inovação, porque as empresas questionam o que fazem e a forma como fazem e podem encontrar novas ideias de produtos e serviços. Eu acho que também tem um grande efeito de que o consumidor não é a peça chave para uma parte dos consumidores. E você devia ver o inquérito e haverá este inquérito sobre o consumo sustentável em Portugal. Ou seja, o consumidor, ele vai apoiar, ele vai eventualmente acompanhar. Ele vai gostar de ver as empresas, é com bom desempenho a comunicarem sob sustentabilidade no momento da compra, o fator número 1 é o preço está bem? Por isso? Não vamos pôr no consumidor o ônus da sustentabilidade.

Q6: Por fim, como anda a sua esperança nesse sentido e para onde estamos caminhando?

Eu estou dividida. Eu tenho uma frase terrível que é eu sou optimista porque tarde demais para ser pessimista. E o velho é verdade, eu vejo muito, é todo o movimento. Alavancado pela Europa é incrível. Ganhou europeia, fez para a sustentabilidade. Por isso, talvez seja mais uma vez isso e união europeia gerida por boomers. Por isso eu estou a tentar. Fechar todo um pacote legislativo de regulamentação ambiental, social e financeira e transparência para não haver voltar atrás e para orientar os investimentos para a sustentabilidade de ti. Isso estava numa classe na Europa. Eu estou super preocupada. A, ou seja, eu acho que é um momento em que nós ainda. Conseguimos controlar e ter mão no nosso futuro. Eu não acredito que vamos ultrapassar um ponto 100° de aquecimento climática a nível global, mas eu também acredito que é o momento agora para preparar a adaptação às consequências do que vai acontecer. Visaria, já que o senhor te mista e a dias em que sou super, é super pessimista. Eu, o

meu remédio está na ação, ou seja, pensar num impacto a minha minúscula escala dentro da minha esfera de influência. O que eu posso fazer todos os dias? Eu fico focado nisso, porque você hoje vê a. O aumento da extrema direita na Europa esta extrema-direita tem influenciado muito negativamente os políticos.

Esta e outras, mas estes são ainda os piores inimigos da sustentabilidade, então a influenciar para que a União Europeia vá atrás da regulamentação. Tem uma lei da natureza, agora que não, que não vai passar mais uma vez porque temos lobby e temos grupos de pressão e 4 países que recusam completamente esta lei de proteção.

Identificação da da proteção da biodiversidade da natureza nos Estados Unidos. Se o Trump ganhar. Bom, também é tudo que é a nível federal, e leis ambientais. Vai, vai, vai ser bastante atacado. E a democracia está num país carinhoso, não nos Estados Unidos, nos na sexta série, cada vez mais atacada. A triste, isso não é um quadro instante animador, não é? Agora como nós vamos votar em junho, sua geração tem de ir votar nas eleições de junho de do parlamento europeu são as eleições com maior taxa de abstenção. Primeiro, então é quando pedimos votar, temos de votar e quando vamos escolher um partido político, temos de escolher um partido político de acordo com, se nós queremos um desenvolvimento mais sustentável, temos de ver o que que os partidos estão apresentando com programas e quando não falam do ambiente. Quando não falam da adaptação às alterações climáticas, quando histórica, este onar não é? Neste nível, podemos atuar, podemos atuar também, mandando cartas aos nossos deputados. Cada um tem uma responsabilidade. Aqui podemos atuar nas nossas empresas, podem atuar como estudante e para mim é porque eu tô na ação continuamente, é uma certa esperança, eu não acho que nada vai se resolver por si só, porque eu tenho a tecnologia, não acredito nisso. As coisas só podem piorar demais se houver realmente um comportamento em conjunto. Eu gosto de ver os estudantes fazerem, vocês têm imensa importância. Eu acho que hoje, nas escolas do negócio, a sustentabilidade é sempre uma opção, é sempre um curso ao lado, quando já devia estar totalmente integrada no curso de gestão de finanças da economia. Ou seja, não pode ser uma matéria à parte, por isso eu acho que aqui no estudante vocês podiam ser muito mais reivindicativos e eu vejo também na Nova há imensas máquinas de venda de produtos, que são uma porcaria. Eu vejo na Nova que é difícil quando você é um estudante, é com alguma deficiência física, é complicado os acessos. Começando por desafiar os professores e a oferta comercial

que está na própria Nova, tem imensas garrafas plásticas para como é que podem vender água, enfim. É por isso que eu acho delicioso ver os jovens a dizer que a vossa geração, que é militante, não é verdade que a cada geração você tem sempre 10, né? 10% tem uma minoria de pessoas muito militantes. Na minha geração, éramos todos extrema esquerda. Os jovens que estavam no, num curso superior que eu tinha uma militância, era muito política. O super ambientalista ponto na vossa, esta mesma minoria talvez é mais orientado para a sustentabilidade e coisas assim, mas é sempre o número numa sociedade muito pequena, Agora são grupos pequenos que conseguem influenciar. É enorme e desafiar, mas depois, o que eu gosto do vir a muitas ideias feitas sobre a sua geração como se fossem o exemplo do que o senhor responsável, e não é a quando vocês compram um telemóvel da da Apple, 2 em 2 anos, que que isso não é bom, é. E quando você estava dizendo olhar as salas depois das aulas, aí eu preciso ter um mínimo de consistência. Preço, eu acho que aqui, que como pessoa, como estudante, na Nova pode começar.

Interview II - Date: 21/04/2024 - Language: English (EN)

Martins Balodis, 42, Project Manager, Latvian

Q1: Can you tell me a bit about you and your interest in sustainability?

There's no planet B, right? So this this is it and and how we where we are at the moment this is you know it it is very, very serious. So I think the majority of people. Are, you know, like, concerned and it should be at least. But for me, I am, as I said, starting to like, even myself, how I can like for me mainly is like I look at my day-to-day life and I see how I can reuse. It's not even how I can recycle. How can I reuse, you know so, so we don't have to waste unnecessary resources, you know, and and and and. And if we are OK. And then the next step if we have to tap into the new resources. Resources that, yeah, even even renew renewable resources, right? They are still resources then. That is like a lot of things. You know, a lot of my decisions are day-to-day and made based on and. And obviously I like my consumerism is based largely on, on, on on you know policies and and so yeah. So I think it's a massive massive number one for sure it's number one topic.

Q2: When you're gonna consume something, do you consider going after the sustainable information about this product in general?

Yeah, yeah, yeah, I think definitely. And definitely in influence. My decision making in that. I'm not saying that always. I am 100% you know, following sometimes it's not even physically available like possible, you know, because there's nothing else in the market. And sometimes it's maybe, you know, you're just financially not capable of doing it. But for sure, like you, you look like me as far as I know. You know, I like to be certified like a bee company. I would like to be certified as if the company has a B certificate that's already for me 'cause. Obviously I got like for the smaller purchases you can't have a great like a big deal of. Research all the time you know. So so. Something like that, like certificates like that. Showing like seeing that company is certified, it really helps you and obviously I think. A lot like for me, I think the more more should be, I don't know, maybe answering the next question but this definitely helps for consumers and and and for you know some information like that. So what? So

you can make these decisions. Better informed, you know, and and and this like if the information is available. So obviously it helps you. To make these decisions better, you know.

Q3: If you would search like or if you ever search for information first, did you ever search for information? Second, where did you search for this information?

I'm not searching for every product that I'm gonna buy. Let's say today I bought a phone cover, OK? I didn't. I didn't. I didn't say like I I had, you know, I had it. I had it before. I like the quality. So I took the same brand and I ordered it without researching. So there are certain things for instance now I would buy like. I don't know. I need a toothbrush. Toothbrush. So I definitely will look into what's behind now. Like, I wouldn't just go for the first one. So I would. And obviously it would be Google and I would probably start with that. And at this point, probably I would. I would stop at just Google seeing what it is. So maybe I wouldn't go in. I don't even know where else I can, you know some from so that this is another issue. What I kind of mentioned. So if it's at the moment it's very difficult like where do you where do you start really OK as I said Google you you can and and this is and probably it's it will give you a good good amount of information but. Whether that's sufficient? Like whether it covers everything, I don't right? So. So yeah. So I think not not to spill the drag it I think yes you would I on certain products definitely you know I I think especially. Where you kind of consciously or subconsciously, know that this is probably important. You know, like enough. Different chemicals like chemical products, you know that that's probably super important to know how they run their processes and production and if I could like most likely I will, I will definitely choose some BB company. Or someone who you know not only portrayed them as you know, it's as there's a lot of greenwash in here. So, so, so obviously you need to be careful with this and there are a lot of people who really go deep into it. Companies like today or yesterday I was watching. It's just randomly, like, I dunno whether you know John Oliver. He's a guy. So he likes a comedian, but he covers different, different topics. Like he was talking about Boeing. Now Boeing is obviously a massive company and that but he really goes. And for us like obviously Boeing is he he they absolutely they are spinning their marketing game you know play and they do look like wow this is amazing company. OK, this is maybe not so not so sustainable. Like it's

not just sustainable, but like in general, so these people really help like they dig in and then if you get access to them if you know where to look then obviously it helps you a lot. So. So. So, yeah, you obviously you're trying to try to, as I said on the bigger bigger products and and and and and and more sensitive than than yes, like if it's OK if it's even for. Food, you know, for groceries like that is a big one as well. Like for me it's not just for you what you consume, but. How do they treat, you know, the environment and how do they? That is important and that, that that obviously influences what you buy and what you're not, at least for me. You know, but yeah. So if I had, you know, if they were like, well known like people who would, who would dig into big big. Like big companies and big, then, then obviously it's a very helpful, but yeah.

Q4: Would be interested in having access to this kind of more clear information like directly disclosed on the product?

Yeah, yeah. And on a product as well, I think, because obviously I think in general companies who are OK, I know, said like B Certific. I don't even know how exactly it is named, but it's like B certified. Basically. Yeah, B cot exactly B can be cot. So I think there is 1% for the planet. There are probably a lot of these organizations first. You are normal if you are not really into this and if you are not working with it. So I think you as us as a consumers we are not so much so much aware of you know like it's not like you you come across this information on a daily basis like really like OK, it's your responsibility in a way to find it out and now actually maybe I will start to to look into this to to find out more who it is but. But. A lot of them, they already put this on a packaging, you know, so one thing is obvious for them, I think if you are part of the B Corp, I mean you want to you as far as I know it's not that easy. You know they are quite strict. So they don't give it to everyone . It's not like you just pay a fee and you get this. So. So unless it has changed recently you know. I really hope it hasn't, but I really hope that they are crude like they they approach is like really scrutinized and they are really consequent with with the criterias and it's not easy to to to be so in order to achieve to get to be granted the certificate you have to actually have to be good so so. So obviously you as a company want to show that to everyone straight away so a lot of. Lots of packaging products like they will make sure. So that's one thing, but I think it would be good. To have like a maybe systemized or some some some kind of database

where you could basically OK you've you came across this this company and I I suppose now I'm thinking, you know, probably go to B Corp website and you can find all the companies that I I would assume so so yeah but OK so if so something like that so database where I could. Quickly go and see. OK, these guys are good. These are going out and this is the way they run the business and this is actually legit. They are not saying to themselves that OK we are, we are good like we are good. We are like we are looking about like looking after our processes we are sustainable you know it's one thing is what you say and and and that is whether that's real so. So yeah for me I think that. That would be. Very useful, but again now like let's say if you know that B Corp is a trademarked or or is that certification that you can trust, then obviously I could possibly go there and so for sure there's information available without a doubt. But I think it maybe it would help that it would be more more advertised, maybe more talked about and and and and maybe. That could be maybe 1 central kind of database where you could check.

Q5: Do you feel that you could trust this information that it's disclosed in the product then?

Yeah, like, yeah, I think like at the moment like. I feel I trust. Yeah. I trust this organization so if. If it stays, it's B. It's B Corp so I firstly believe that they are actually. And I also believe that they follow all the kinds that a B Corp like organization has tested them and and and continuously kind of monitor. Their processes. And also they have the ad they have. They have been granted. No, but yeah, I basically I trust, I trust him.

Q6: But if they would not be B corps like for example in the general product that it's like with different symbols that they want to disclose that it's sustainable?

Yeah, I think it's. Yeah, I think it's, I think definitely there is a there is a, there is a power in that.

So if that is obviously smart marketing. And I know for fact that when I see something like that, it doesn't guarantee anything but. Emotionally kind of consciously, I would still lean towards that. And if it's, if it's a big deal for me, I would probably go and check. What it is sometimes if you know that we are human beings like you. You have a busy day or something. You would be like, OK, I'm just gonna. We'll trust. I will take,

you know, take the face value but. There will be times. Then I would go and actually double check. See whether I can dig something and whether that's and. And then my my, my keep to my opinion or I might change it but it is influential for sure. If someone likes it, if someone plays this marketing game and says they are like you know. You know, conscious. How then? Yeah. Yeah. Then the product without for sure.

Q7: Do you know what SDGs are?

No, no way no.

Q8: How are your hopes towards our planet/society survival and the direction we are heading to?

It's obviously it's a, it's a very tricky question and obviously no one knows and obviously that's not the question. The question is, what do you think? I'm rather negative than positive though. Like during, you know your daily life, all you want to hear is some good news. You know you want to and you sometimes hear some people who are like so confident that no no you know there will be you know technologies there will be ways and then you know everything will be OK. However, Obviously, you look at the moment and it it's like it it, it is very, very bad, but we have to understand that we have been living recklessly for last 5060 years, right, without even any like consciously thinking that this is, you know, up to maybe up to 2010. This was just like, you know, for some people, so literally maybe have a decade when we start to think and. And this is I think it's getting momentum, you know and and things like you know things that happened in Dubai recently and and and and like everything I think you know even the biggest like neglectors and biggest naysayers I think at some point you you will have to. You know, understand it. Look, this, this this can't go on like that and and and of course there will be always a fraction of people who who who don't care and and and who who who will but who who who just going to be selfish really not even don't care they're just selfish and you know so but I maybe I if we if we like for me basically if we are given another 30 years. You know on this planet, I think within this time we can if we like, we can actually turn things. But the question is whether we have these 30 years you know so we might be already passing look everyone was talking about this 1.5. Again, obviously for me, sustainability is very connected to climate

change, you know, like how we, how we, you know. So obviously I understand it's not just about climate change. But, it's a big part. So yeah, they're totally linked. You know? So because of one way if it's. If it's not sustainable. In a way of climate, then, then what? How else? OK, some people can say, OK, maybe we'll run out of energy or resources. So I really don't believe that there will be new ways new new like we we can we can resolve definitely we we can resolve the the resolves issue but we can't resolve is climate that easily you know so for me that that's why it's it's so much more. Important. Yeah, like this is probably the most important aspect of sustainability, because if you, if you get sustainable and and and you know then hopefully you know nature can sort out and it's it's kind of thing. So it's very, it's very like at the moment it's very grim. I still have some. So if I had to choose, I would say probably 3070. 70 We're not going to make it 30. We're going to make it, but obviously if hope never dies.

Interviewed III - Date: 21/04/2024 - Language: Portuguese (PT)

Renan Antonio Domingues Schiavon, 26 years old, Student, Brazilian

Q1: Você tem algum interesse pela área de sustentabilidade?

O meu interesse pela área ambiental, acho que veio desde criança. Não é algo novo, mas que eu não tinha encontrado até chegar em Lisboa, no meu mestrado, então foi meu primeiro contato realmente com o direito ambiental, porque durante a graduação é de, pelo menos no Brasil. Nós temos essa disciplina, que é optativa, que tem menos de 6 meses e é muito básica. Não, não traz nenhum senso crítico, então aqui eu tive contato com uma parte mais crítica, é para, para desenvolvimento de argumentação, lógica E base, base jurídica, né? Dos problemas ambientais, então eu casei algo que sempre foi do meu interesse, principalmente por não comer carne e sempre. E há muitos anos já está nessa, com é a minha graduação que é direito. Então, hoje em dia eu estou a realizar o meu mestrado aqui em direito ambiental. Só no primeiro ano.

A especialização em direito ambiental onde eu tenho matérias e de constituição e também estudo Direito Internacional do ambiente, então parte de processo que a gente fala de litigância climática. Como está crescendo hoje em dia? É, e também como funciona internamente o direito ambiental direito Internacional, que é bem diferente do direito que nós temos no Brasil. Então, essas matérias.

Q2: A sustentabilidade influencia de alguma forma suas decisões diárias?

Sim, sim, até de transporte público de utilizar mais transporte públicos por ser um meio de locomoção mais democrático. E assim não, você não vai estar emitindo mais real 2 a parte de compras de roupas que eu não compro roupa, eu ganho roupa sua e compro na humana, que a roupa, que são roupas de segunda mão na parte de comida que eu eu, eu não já num compro verduras de mercado há muito tempo que eu tenho aqui eu compro de uma empresa chamado Equal Foods onde eles resgatam alimentos que iriam para para os lixos. É, então é realmente um fundo, não é? Não é um fundamento, é um princípio para minha vida, mas a sustentabilidade, então, eu tomo decisões com base nisso, sim.

Q3: Você costuma buscar informações por trás da produção sobre os produtos que pretende consumir em termos sustentáveis?

Bom, vou falar primeiro no exemplo de mercados, compras de supermercados, o que hoje em dia não tem mais, se tivesse, por exemplo, um rótulo onde constaria, por exemplo, foram emitidos x quantidade de senhor 2 desde o desde o processo inicial até o processo final, até chegar ao mercado, com certeza iria mudar mais a minha compra com base nessas informações de rota e que vem através de rótulos. É, e se fosse por um preço justo também, claro, porque não é porque um produto é vai ser mais sustentável ou ou vai conter mais informações é da área da da Seara ambiental, que pode colocar o preço lá em cima também. Conta a questão de compras, por exemplo, evito comprar lojas que todos nós sabemos que tem trabalho escravo. É, mas eu não paro para pensar, tipo, qualquer tipo de compra, qual está sendo o meu impacto? Assim, compras supérfluas, assim eu não penso. O que eu evito é, por exemplo, comprar qualquer coisa pela internet para não gerar impacto ambiental. Excesso de embalagem é locomoção, transporte e se isso for acessível, sim, aí eu prefiro ir até a loja. Você busca informação previamente em algum caso no geral ou só na hora da compra? Se você busca onde você busca, quais são suas fontes, normalmente tudo mais. Eu não busco não, moço, eu não sei nem, por exemplo, uma fonte onde vai conter, por exemplo, essas informações, porque não acho que nem faz nem faz sentido também isso. O certo é que a rotulagem não é específica na hora, porque quando você entra em supermercado, você nem sempre sabe que vai comprar. Então, não tem nem como fazer essa pesquisa. Onde fazer essa pesquisa? O certo é, já está lá, de uma forma resumida, com design acessível, chamativo. Está? O impacto ecológico de tal ambiente de tal produto, então, mas eu não faço essa pesquisa. Tá, mas de toda forma, você já deixou de comprar alguma coisa, é tendo em vista essas essas preocupações sustentáveis ? Sim, sim, sim, principalmente quando nós sabemos que tal marca não está, não está respeitando, por exemplo, direitos trabalhistas ou. Ou tem opiniões e expressões políticas que eu não concordo, é, então sim.

Q4: Você teria interesse em ter acesso ao sustentável label do produto na hora da compra?

É isso na hora da compra, na embalagem, vamos ter na embalagem e também pensando em uma forma. É completamente um design completamente onde a pessoa bate o olho do lado do nome do produto, tem as informações principais ou com ou através de um modelo de certificação única. É onde você lá em uma escala de 1 a 5, qual é o impacto da daquele produto? É de onde veio e talvez até talvez, até QR Code no produto, mas aí também não é muito acessível, porque muitas pessoas também não têm acesso à internet ou celular na hora, então.

Mas, enfim, principalmente as informações principais, eu julgo que é fundamental conter Na Na embalagem do produto com pensando em um design bem legal para isso, para chamar atenção mesmo e não ser uma informação inútil. Jogada.

Q5: Você sente que você confia naquilo que está exposto na embalagem?

Quando contém números assim, eu confio o que eu não confio quando vem termos como sustentável, porque isso entra já no greenwashing, que aliás, é proibido já aqui, esse tipo de propaganda hoje tem até processos correndo contra a Ryanair, porque eles falam que ele que por exemplo, eles compensam o gasto a eles, compensam as emissões de CO2 das nossas viagens. Eles falam da boca para fora porque não tem nenhum documento que comprove isso. Já foi, já foi pedido para eles. Eles não têm. Então, hoje em dia a gente tem muito essa base das empresas que sempre fizeram e nunca se importaram com isso. No final do dia, mas que colocam somos sustentáveis, é, reduzimos as nossas demissões. Emissão zero sempre vem isso. Uma emissão zero ou qualquer coisa sustentável, e eu não acredito nisso. Por exemplo, para uma pessoa vegana aqui, esses ovos foram criados em fazendas com amor ou qualquer coisa do tipo, não, isso é greenwashing, é isso é pra enganar a pessoa boba assim, sabe? No mercado são palavras soltas, que, aliás, já é proibido aqui, então. Então eu não cai muito nesse papo. Agora, se tivesse uma embalagem aqui, como que sei lá que mostrasse questões numéricas? Ponto foi emitido, quanto foi gasto? Então, aí seria outro meio de direcionar minha compra. Mas, enfim, a todos, é todo um sistema maior por trás de quando o consumidor está lá na frente da prateleira para comprar, né? Porque envolve muito dinheiro dessas empresas e formas de entrar na cabeça do consumidor.

Q6: Tendo em vista essa diferença Europa e Brasil, o que que te chamou a atenção assim, de uma forma diferente? O que você nunca tinha tido contato?

Ações que são completamente diferentes do Brasil, né? A única coisa que eu vejo é que são ações. Eu consigo ver ações de países aqui da Europa mais direcionadas ao combate de emissões. Claro que é importante levar em conta que são países pequenos, basicamente o Brasil do tamanho de toda a Europa, quase então é mais fácil ter isso, né? Mas, por exemplo, no país da França, hoje em dia já não é permitido. Hoje em dia já não existem voos. Se você consegue fazer esse trajeto de trem ou de comboio que é leve e leve até 2 horas e meia, então se você consegue fazer uma viagem de trem que vai levar até 2 horas e meia, já não existe mais. Vou fazer isso e antes tinha, mas aí também entra. O problema é que as pessoas são ricas em dia, já não andam de avião comercial, só jatinho particular. Então isso é completamente permitido, que emite 10 vezes mais toneladas de CO₂, do que qualquer avião comercial. Mas, enfim, são medidas que eu vejo que são mais. É, acho que no Brasil seria quase como um radicalismo visto. E aqui como eles, como a união europeia já está mais tempo nessa Seara do direito ambiental, de até através de de vários acordos e convenções que diz que existem aqui dentro, eles já estão mais tempo nessa discussão, nessa evolução e ao mesmo tempo, eles cobram que o sul global esteja na mesma altura que eles, mas nem todos os países do sul global tem as mesmas condições que os países do norte do hemisfério norte global. Eu vejo aqui, eu vejo a essa maior diferença já sendo já com medidas sendo implementadas, enquanto no Brasil também é como. Tem vários cenários diferentes tipos diferentes de vegetação, fauna, flora, muito grande, muito vasta. E aqui não tem o cinto aqui no Brasil, essas informações ficam meio perdidas na Seara ambiental. Tem muita coisa o tempo todo acontecendo e fica até difícil você direcionar um ponto de vista das coisas e assim a gente escuta falar só de desmatamento, né? Mas tem muito mais do que isso que causam esses problemas nos então a gente não vê, por exemplo, muitas medidas contra a Petrobras, que é uma das maiores. E emissoras de sol 2 na atmosfera, entendeu? Eu acho que a gente foca sempre em desmatamento, porque também entra o papo, que com o Brasil é considerado como o pulmão do mundo, isso é completamente injusto e inverídico. Eu sinto mais essa diferença aqui daqui de uma forma mais sucinta, não sinto mais medidas sendo tomadas e mais discussões lá no lá no.

Q7: Você sabe o que são as SDGs?

Sim. Eu não sinto que aqui é algo que molda muito, até porque acho muito difícil hoje em dia, tá? São 17 objetivos. São extremamente importantes, mas são, às vezes podem até parecer como palavras soltas. Eu não vejo a gente tomando ações com base nisso, então, por exemplo, acho que Portugal desses 17 tem 3 objetivos, que eles pegaram, eu não lembro quais são. Eu não lembro quais são. Tem um de educação, se eu não me engano, enfim, é. Não acho que seja assim. Então, por exemplo, pensar água potável e saneamento está, mas para você ter água potável, saneamento, por exemplo, no Brasil, São Paulo é um termo muito lindo. Falar, todos têm direito e precisam ter direito a água potável e saneamento. Tá, mas como é que vai fazer isso com política? A política está sempre atrás disso tudo. Tem algo sendo feito? Quais estão sendo os nossos acordos em contrato público? É levado isso em consideração, então assim, acho super importante ter. É. E creio que isso seja bastante conversado internamente nos nas convenções aqui da união europeia, mas num num ambiente assim do Brasil? Então não vejo, né? As pessoas comentam muito sobre isso. Não, nem mesmo em artigos, nada. Não acho que ele seja algo também, então definitivamente para nossa amiga. Acho que são objetivos importantes, são diretrizes, né? Diretrizes importantes, 11 luz pra gente se guiar. Mas no final do dia, não acho muito difícil. Essas diretrizes são seguidas assim, principalmente pela questão econômica e pela questão política.

Q8: Qual é a sua visão e esperança sobre essa mudança em prol da sustentabilidade?

É uma opinião negativa, mas eu não tenho esperança, infelizmente, e eu não acho que a mudança vem na primeira parte. Não acho que a mudança vem em primeira mão por parte dos consumidores. Eu acho que em primeira mão veio por parte das empresas. Se as empresas não tomarem medidas, é, por exemplo, com base. É nessa, nestas diretrizes, se as empresas não reduzirem a emissão de CO2 se as empresas não. Ao mesmo tempo, ou levar em consideração e respeito direitos trabalhistas, se as empresas, elas não tomarem medidas mais sustentáveis se eu acho que se as empresas não tiverem isso como cerne, é com o objetivo de um funcionamento delas próprias. Eu não acho que a gente vai ter uma Esperança, não. Eu acho que é. Pode ser muito. Acho que pode ser perigoso. E até muito simplista também colocar é uma responsabilidade na mão dos

consumidores e não das empresas, porque no final do dia está todo mundo cansado de trabalhar. A gente quer pagar mais e mais barato pelos produtos. As empresas não levam isso? Encontro, elas estão cada vez mais explorando, não são recursos naturais quanto os trabalhadores, então acho que a mudança não vem, vem, é. E eu acho muito importante, nós todos nós temos a conscientização, mas de nada importa ter uma conscientização se, se a empresa coloca um produto com títulos sustentável, que sobe 3 EUR o produto por conta disso a gente vai pra a gente, vai comprar um outro produto mais barato. Acho que pelo menos 95% das pessoas vão comprar o mais barato, então acho que. Acho que a mudança é estatal. É uma mudança mais privada, para depois ser passado para o público. Tem pessoas que só conseguem comprar carne agora, porque antes, na minha época, segundo ela, só as pessoas com muito valor, com muito dinheiro, conseguiam comprar carne e comer todos os dias para dar um pedaço de carne pro filho. Então agora você quer tirar a carne do prato das pessoas, pessoas que antes não tinham a menor condição de comprar carne todos os dias. Isso é verdade, assim, sabe? Não vai ser usando um papel, uma folha reciclável ao invés de uma folha papel, é comum que você vai estar fazendo um efeito. Não vai ser trocando um canudo de plástico por um canudo de ácido inoxidável, que vai ser que vai. Que que vai ser feito a diferença? Tem que ser feita antes por parte das empresas, por parte de políticas públicas, por parte da economia, enfim.

Interview IV - Date: 24/04/2024 - Language: English (EN)

Vitorino Mello Oliveira | First Secretary at the Portuguese Permanent Mission in New York - United Nations

Q1: How did your interest in sustainability start or if there is any interest in it somehow?

The first time I came across the concept of sustainability was probably in high school, most likely when we first approached the topic of Environmental sustainability in specific, recycling circular economy, all of these different concepts. Which obviously raises a lot of interest. It was the first time I started watching documentaries about the impact of climate change around the world. The first time we started having discussions amongst friends about this concept and participating in small projects fundraising activities. Small social projects around our local communities. Later on. At the university, so when studying economics and management, there was of course. There were some debates, some courses, that taught us a little bit more in detail, what sustainability could mean also from an economic perspective, but probably the moment when I engaged more actively was when I joined the diplomatic career and was assigned to. Cover the negotiations of the 2030 Agenda for Sustainable Development and develop the 1st. Vnr. So the first voluntary National Review of Portugal on the Sustainable Development Goals. And simultaneously the 1st. NDC. Sorry for so many acronyms. The national contribution of Portugal for the climate change agreement, so the Paris Agreement, and this is when also from a professional standpoint I started to be more involved with the concepts of sustainability.

Q2: Does sustainability influence you somehow in your day-to-day decisions?

Yes, I guess that's why I live in New York City where I feel that. There's a lot of exposure, a lot of it. It's very much culturally embedded. The concept of sustainability, not just so in many ways. And I'll give you examples. Ourselves as consumers in our patterns, our decisions as buyers. So in supermarkets you'll see stands with sustainable products. Products are labeled as being more sustainable. So you need to educate yourself to understand whether what you're seeing is actually promoting what you're reading and what you believe in. And this is valid for supermarkets, for clothes, for.

Even you know, restaurants. Shows and performances of a lot of different services and goods that you acquire in this city are labeled as being sustainable or having some type of sustainability focus even when you go to a museum, they want to be sustainable, you know, so there's a lot of difference. So in your life there's a lot of exposure to this concept of sustainability as a consumer. And then of course at home, you try to recycle. And there I feel it's less. Less developed than, for instance, in Europe, in Portugal, where you have so in Lisbon you have different days for recycling. And here you have it. It's more difficult to see whether what you're actually doing in terms of a recycle link is actually going to a recycle. Container in the end or whether it all goes to trash that's that's a bit too bad, but here there's also a focus on energy efficiency in buildings. They try to focus a lot there. The rent that we pay is also. Changes according to the quality of your heating, your lights and all of that. So you are also price sensitive because of that. You know there are different fares and. Broadly speaking, events, roads, shows and things like that around the city, exhibitions as I was saying in museums. That raises the topic. And of course, by working at the United Nations, it's everywhere. There's weeks where we are talking about no plastic use or plastic pollution, others where you're talking about the preservation of biodiversity and so on and so forth. So you get sustainability everywhere in this city. One in or not on the personal and professional life.

Q3: When you are gonna make a purchase decision, do you search for information behind this product?

Yes. So there's a difference. So let's try to go into a little bit more detail. There's some decisions that are Less package oriented in the sense we any cafe you go to and you ask for instance for. Coffee with milk or Chai latte or something like that. They will always ask you whether you want, or most likely they will ask whether you want regular milk or oat milk or almond milk. You have so many options, so because you are faced with these questions, there's no packaging there, you're just in front of an employee. It's a very fast interaction. You need to understand. Whether you prefer a certain option or not, and what's your options? Of course, when you're first, when you're faced with this type of question, you go for the ones that you know. So you go like a regular meal. You go for the easy options, you know. The ones that you're familiar with, but because

you're faced with this question all the time and when you go with friends, you start asking yourself, OK, is the flavor better? Is it a question about preference? Is it a question about price? Is it a question about sustainability. And so you start questioning yourself more often in your daily decisions. And then you probably start making different choices and there for instance, in this specific example, it's not really about the price, because many times it's the exact same price. Sometimes it adds \$0.50 to your bill and it's not a big deal, but that's one type of. Decisions, let's call it like that. Another one is, as you're saying, when you have packaging. So when you're in a supermarket, you have more time to look at the different products, so. There is a lot of diversity in supply in the US in that regard. So you always have a lot of options. All of them are marketed in different ways. You have prices for all wallets, so you again. From my standpoint, I would always start by going with the brands that I'm familiar with. Labeling that I'm familiar with and less so so a little bit more risk averse. To try new things. But progressively you start questioning, OK, because there's so much offer at so many different price points and sustainability does not necessarily mean that it's more expensive, which is good in some products. But in the majority, it's still a risk. But you start wondering whether you can make more informed decisions about what you're eating, about what you're. Buying in general, the clothes that you buy. So I guess it's a. It doesn't happen from one day to the other and it's something that you need to educate yourself. So there's a lot of personal engagement but because. But when you're faced with so many options with so much information about the topic, it definitely triggers discussions with friends, with your community and around yourself. So you, you are more curious about it.

Q4: Do you feel that you can trust the information exposed on the product?

That's a good point, you know, because. A lot of information, a lot of the information is very technical. So it's not easy to go past the easy label. What I mean with the easy label is to say, oh, this is made with local produce or this is made sustainable. Processes or this is made with? So in the US, as you can imagine, there's a lot of, you know, this is from a black-owned owner, this is from. A feminist? Group of people. This is, of course, sustainable. A sustainable oriented type of business, you know, so there's always these big labels, but then you know to confirm whether it's exactly the case. There's not

really that capacity. Most of the time. So unless it's like it's very obvious because you, you, you know you're at the restaurant and you look at the ingredients and they look fresh or. You're at the store and you touch the materials and they look, you know, more raw or they look more of better quality sometimes. It's not super easy. Of course. You trust that there's agencies that are controlling this type of information that is provided to the consumer. But the labeling is indeed everywhere, and you kind of see it. You value that and sometimes you engage in conversations with the, you know, the owner of the store or the. But. Yeah, it's not super easy to to confirm, you know, to track the supply chain of course of a specific good or service.

Q5: Especially considering that now you are in NY, consider a really different world, the USA really different from at least Portugal and the whole world. Do you feel this difference a lot from all of what we talked about already, like the products, the labeling, the availability, the trustworthiness, etc?.

I do not necessarily like the US as a whole because the US is so large and there's so many different states with different cultures. So I went so in the past couple of months I went twice to Texas and it's totally different from New York. There's not that much of it there. There's a lot of culture around local products and by Americans in that sense. But so you're buying local not because it's more sustainable, but because it's American. So it's national, you know. Whereas, for instance, if you're buying local in New York, it's being labeled as being more sustainable. Not necessarily because it's American, you know, so there's this small difference sometimes what's behind sustainability can be labeled with a difference. Wording if you want, but definitely New York. Yes. So New York is a huge city. There are 8 million people living here. There's. So I'm very much thinking now about coffee shops and supermarkets and things like that, but indeed there's for all different types of tastes and ideas. It looks like it's a sandbox of different ideas. I went yesterday to a bar that only has alcohol, free drinks and cocktails. I've never seen one like this in Lisbon, for instance. So we and next door there was a. A restaurant where you can eat with your own pets and in front there was a second hand store. Crowded with young people selling their old clothes and buying their new clothes, whereas in Lisbon I feel that these types of businesses are still very marginal or very niche oriented and not as cool. Sometimes there are of course, in Lisbon, you

know, like coffee shops or restaurants that are vegan, that are. Vegetarians that use local products from a specific region of Portugal and that is amazing. And that's been ongoing for a while and it's a trend and I hope it's a growing one. But just the scale in the US is so, so much. Larger. When you go to. There, there's supermarkets that are giant and the number of brands is just. Incredibly. So the scope is incredibly large, that you're you, you'd not, you wouldn't think of that in Europe. I think there's innovation on both sides of the ocean, of course, but there's still a leadership role. For instance, in New York, and you'd learn a lot from New York to bring it to, to Europe. You'd still learn a lot from Europe to bring to New York. But overall, this is a very rough comparison, but there's still more. Diversity here. The only thing where I think New York is lagging a little bit behind is in. Urban planning. City management, so waste removal. Recycling as I was mentioning. Well, I'm driving while I'm speaking to you, so the use of public transportation as well could be much improved here in, in the US in general, not necessarily New York. In New York, there's a lot of people that use subways and bicycles and stuff like that. But in the US in general, it's still a very much car dependent country. So there are differences, you know, but in the business side of things, there's a lot more to offer here I think.

Q6: Considering that you're inside the UN do you feel that when you step out of this reality, that everything that 's been worked in there, it's too far away from what it's outside?

So when you feel when you work at the UN very quickly in the field, the first feeling that you get is of enormous frustration because you feel that you're working towards, you know, a global solution to global problems. You're working for a better world, but you're still very much in a bubble, you know. And so. But to be trying to be a little bit more positive. I still believe that what is done in the UN, So what we do in the UN is not immediately materialized, echoed around the world. People don't start following best practices and you know. More businesses don't start being more sustainable from one day to the other. But there's definitely a conversation. Starting in many parts of the world, and it's an ongoing marathon, basically you, you need to continue pushing, you need to continue evolving. Inviting people for discussions, creating opportunities for people to to talk about these topics and you are able to generate a global conversation

about some of these issues. But definitely a press release, a meeting that happens in New York. Does not become, you know, a worldwide event. The next day, so. But the world before the Sdgs, I believe, was much different, not just at the UN, but the, you know. In the real economy, in real life. And we still but the positive thing as well is that our job is not. Not finished, so there's still a lot more to do and progress to achieve and that's also a factor of motivation I guess for someone who works here.

Q7: Do you feel that civil society knows about the SDG's and that they are somehow involved in it? Do you feel like that probably the UN itself or other actors, are more involved somehow in this achievement?

So, the UN is meaningless if it's just. Made of the diplomats that are in New York, in Geneva and Vienna, Nairobi, whatever. The UN meeting can only trigger changes around the world if it involves, of course, governments, because they are still important. They are, of course, an important actor for a lot of decision making processes, but civil society, so that is a very broad concept. That encapsulates a lot of entities. Around the world, which means, you know, involving academia and having people like you studying and doing research on this topic. Having youth organizations around the world that try to mobilize youth for social causes. NGOs, nonprofit organizations. The private sector, businesses and companies, so all of these entities are and the UN has been, you know. Trying its best to have in all these different conferences, meetings, events, discussions to include the inputs and involve in this global conversations as much as possible civil society. But what does it mean in practice? It means that there's still a lot of bias for those organizations that have representations around the headquarters of the UN or where the UN meets. So of course here, any NGO or large organization's meaning. Transparency International. Amnesty International Save the Children. You know Oxfam, all of these different NGOs that are here in New York and go to meetings, they are involved in a very active way in all of our discussions. A small NGO which is maybe 99% of the number of NgOS around the world, so a small NGO in India, in Portugal, in Brazil. Is probably much further away from what's happening. If we bring conferences of the United Nations to Portugal like we had the two years ago, the Oceans Conference or to Brazil, we'll have the cup next year in Bailando para if I'm not wrong, the climate club or so. These types of conferences of the United Nations, then we are

bringing a little bit of the United Nations around the world. And the UN, of course, has. Development programmes in 140 countries around the world, so there's a lot of work. To bring the power of the UN to a more local reality. It's still very difficult to guarantee that everybody is aware, I think awareness is the most important thing then engagement comes after and I think it depends on the spirit of the, you know, alignment of missions and things like that. But at least awareness would be important, because if the UN wants to bring. Messages, transformative messages around the world. So people are more informed. We still have a lot of work to do because there's still lots of gaps and a lot of people don't know what the UN does and they're probably doing great things as well. But you know, it's just and we don't necessarily need it. A large organization like the United Nations. Coordinating or having a role you know. Dictating what should be done or not. It's just that the United Nations does not have specifically that role, but more so. Offering the possibility. For everyone to raise their voice on specific global topics, and I think that's why we should focus more with the credibility that the United organization, like the United Nations brings.

Q8: How are your hopes towards our planet/society survival and the direction we are heading to?

Yeah, you know, so the short, direct answer is yes, OK, but now a little bit more elaborate is. You know the concept of hope, optimism. Is. Evolves over time and there's periods in history periods so specific years. Where optimism is higher or low, so just to give you some examples, of course around the turn of the Millennium, so 2025 years ago, there was a lot more hope and. And the optimism about the power of multilateralism, of the United Nations. There we had the Rio Conference in 92, we had the Millennium Development Goals around the 2000. So there was optimism. So it was after. So in the 90s, we had the fall of the Berlin Wall. China was accessing the World Trade Organisation. There were a lot of factors that were contributing. There was only one large superpower, the United, the United States and then. You know, there were a lot of trends that were. A lot of the economic development, there was more peace around the world, so the scenario in general was much more positive for people to be hopeful around concepts such as sustainability. These days and these lasted, you know, through the 2000. So then of course, there was the financial crisis, which of course is

one of the main factors that started to. To introduce more pessimism. Around everything, including sustainability. Because when people start looking for, you know the basic needs themselves, they start having concerns about. They stop having concerns about, you know, whether it's sustainable because you're looking at the short term, not the longer term. But, but you still have the Paris Agreement 2015, you still had the you said agenda in 2015. These were major changes nowadays. So you're leaving a period where you have. The highest number of conflicts around the world since the Second World War, you have close to 55 conflicts ongoing, 2 major wars, one in Ukraine, one in Gaza. So of course, you know all of these questions of optimism depend where you come from. As a household, your country of origin, where you're living, what, where you're working. But in general terms, the world is in a worse state of peace and security in terms of the level of terrorism, for instance. There's less. There are more geopolitical tensions between the US, China, and Russia. Of course, it's harder to make progress in concepts such as sustainability and drive. This type of change, not just. Amongst governments and their commitments, so we are two years away from the end of the mandate of Antonio Guterres, a Secretary General and. Two years before the end of the mandate of the previous Secretary General, Ban Ki Moon, we were agreeing on the Paris Agreement at the 2030 agenda. Your you're not even close to anything like that in terms of multilateral agreements. You had COVID and the crisis of solidarity around the world, so the cooperation between governments is very difficult. There's a lot of mistrust. The motivation of companies, yes, you have more companies working in sustainability. But it's still because of pushes that were introduced. Some years before, so it's just taking its time to trigger these changes, but ultimately. There's a lot of companies that are seeing them. Business decisions are more risky because of, you know, the state of inflation, the state of, you know, economic prospects. So of course you have new companies coming up with new ideas, businesses, restaurants, small businesses and so on. But when you start talking about for instance, the aggregate level of investments of mobilizing funds towards green projects. Sustainable projects. Then you start seeing that it was big. Gap, for instance, during COVID of course around the world and you're still. Lagging behind in many areas. So for instance investment, then I would need to go into a lot of detail, but investments in renewables you're catching up now. Investments in electric batteries and cars like that. You're you're you're catching

up, but in many other areas, you're still lagging behind in terms of investment towards the Sdgs if you want. And from a consumer perspective? You know it again, it depends where you're at, but. There's some optimism now because you're recovering from the crisis from the COVID crisis and the economic impact of COVID or the economic impact of the war in Ukraine, the economic impact of the tensions in Gaza. All of that had economic impacts for households around the world. So you start perhaps considering more decisions that are going beyond the short term. But you still have some. You know, there's a housing crisis in Europe. There's. There is a food crisis in Africa now, but. It's still, you know, sustainability is still very much a western concept in terms of patterns of decisions and you still need you still have a lot of margin to to evolve around the world and especially in the developing world. So it's not easy to draw a picture of optimism and hope and where you stand because there are so many indicators and it's complex. Scenario but you need to have that optimism. You need to have hope to continue pushing for solutions in all these different fronts and. And while working at the UN can be frustrating, it's still something that, you know, motivates you to do, to continue pushing for, for more ambition, more, more progress in the end.

Interview V - Date: 24/04/2024 - Language: English (EN)

Maria Villasana, 24 years old, Student, Venezuelan/American(USA)

Q1: Are you interested in sustainability in general?

Yes, I do. I have a lot of interest in sustainability, especially in the fashion industry.

Q2: In which way? How are you involved or what is your interest in this area?

I've been. Boycotting a lot of, you know, brands that do a lot of fast fashion, like H&M, she and you know the devil, Zara And Instead, I've just been trying to make my own clothes because I feel like I that's probably the most sustainable thing there is to do, even though it's expensive as hell to buy like fabric. But I have it easy because my mom, she's like a designer and so she helps me a lot with that stuff.

Q3: Does sustainability influence you somehow in your daily decisions?

Oh well, I always try to take the metro instead of, like, getting an Uber or something because it's expensive, but also it's just like more cars and stuff like that. I try to buy things that aren't covered in plastic. I don't like buying things on Amazon because of the shipping. Carbon footprint or whatever, stuff like that.

Q4: When making a purchase do you go about information previously related to the product of the product like in general information about the product itself?

Yeah. Yes, because. Sorry, a lot of the time, especially when when you're buying clothes, the type of material you're buying, it matters a lot and like the quality because like, let's say, like there's, I don't think there's anything wrong with synthetic fabrics, but they take a lot longer to to decompose. So if you're gonna buy synthetic fabrics, it should be for something you're gonna wear for a really long time, for example. But if you buy something like cotton, that's gonna degrade quicker. That could be something like an AT shirt, something like that that you know doesn't need to be around forever. But also it's like. For example, we have a car. And before we bought that, we had to do a lot of research to see what number one, what would be the best option for us because we were like a family of four and we wanted to get a hybrid because I think from the research that I've done, I think right now a hybrid was the best option. Just because. The

charging stations can be really hard to find, et cetera. And we had a Prius in the United States, so that's pretty cool. But yeah, I do. I do a little bit of research, not like crazy. That would be nice, you know. Really. I'm so surprised. Honestly, I didn't know that you are that engaged on this. I'm happy to hear. And not like prejudging, but just in general probably never talked about it, so I didn't know it.

Q5: Where do you search for this information?

I usually just go on Google. A lot of the time, though, you can find some really interesting stuff on Tiktok, even though I know it's not like the best source of information, I kinda like to go on there, see kind of like what people are saying, what people are thinking and then go and look it up again on Google or something.

Q6: Are you familiar with, or did you ever go for or were interested in finding a label on the product itself, especially when you're doing day-to-day shopping?

Sometimes when you're buying stuff like food, it gets a little tricky. I don't know about here in Portugal, but like in the United States, a lot of the labels they put on things are just like. Not real, like they're just like, like, the corporation's putting just a sticker on it. Or they'll put, like, a little, like a green recycle sign. So I don't really trust that I like to do more. But one thing I do is I lasted at least last year and this year when I went to go look for a bathing suit, I like to look for recycled cotton and stuff like that. I think that's cool.

Q7: Would you say that can trust the information that is disclosed?

Depending on what it is, but yeah. Oh well. If, like you said, the label is something that's not just like that the company put on there that it has to be verified by a different organization or something like that. Then I pay attention to it like I don't really care about organic food. But, you know, when you see USDA organic or something like that, you can trust it a little bit more or there's this. I forgot what the organization was called. But it's an organization that. Hmm. I'm I'm I don't remember very well, but yeah, like usually if I see a label, I'll look it up and see if, like, who is the one that's certifying it.

And I feel like that helps a lot. If it comes from a reliable source, then I'll believe it. Yeah, I'll buy it or.

Q8: How are your hopes towards our planet/society survival and the direction we are heading to?

On one hand, I see a lot of different companies. And like small businesses, doing a lot to, you know, be more sustainable, I see a lot of people like individual people trying to be more sustainable, recycling, doing stuff like that. I think it's getting better, but also. Especially with things like fast fashion and Amazon and stuff like that, where it's just easier to not be. When it's easy, it's harder to be sustainable as an individual. But also I know that whatever I do is going to help a little bit. But the things that actually need to change are the companies. I know that you know, everybody's doing their best, everybody's recycling, but it doesn't matter how much we recycle. If companies are still dumping at thousands and thousands of. Waste into the ocean, or like all the clothes that get made every year, they don't get sold, so they just send them off to a landfill in Africa or Asia. And it's just kind of like it's disappointing, it's. Discouraging, but I know that I think it's gonna get better. 'cause. I think people are. People are aware. I don't. They're gonna let it happen. So, yeah, I think I think that's becoming a bigger issue and more of a priority for people. We have to at least be hopeful. Yeah, I mean, like, we're working on it. Like we have to try at least.

Interviewed VI - Date: 24/04/2024 - Language: English (EN)

Carolina Torres, 26 years old, Marketing Analyst, Brazilian

Q1: Are you somehow interested in sustainability?

I'm interested in sustainability in regards to food. Like food waste like a long time ago, I used to. Buy from too good to go. So I think it's a, it's a. It's really important like I know about the importance but aside the same as Glenn, I'm not right now doing anything to help and I'm interested, but not in a level that it would make me do something.

Q2: Does sustainability influence your daily decisions somehow like nowadays?

Like when it's related to something about food like at the supermarket, I try to buy like. Like those eggs that are like free range and stuff, I like. I never buy the cheapest eggs. I buy the eggs that I know the chickens are happy with. But just that, like, unfortunately, they're at home. I'm not doing any recycling. But I know that is something that I should do, but I'm not doing.

Q3: You take a look at what's disclosed in the product in general?

All I look at is nutrition and that's nothing to do with sustainability really. I'm the same, but to be honest, like if the price is similar for example, I'm going to buy, I don't know tapioca, but won't tapioca is like €3.00 and the other tapioca. It has a sustainable package packaging and it's like \$0.30 more. I would buy the sustainable one, but only when the price range is not that different, you know.

Q4: Are you somehow familiarized or ever heard about green, green social or sustainable labeling in general?

For example nutri score yes, I do believe it and I always buy something that that like when it says it's a for example I bought a yogurt. In Lidl it was saying that it was 8 And the other one that I like, it was saying that it was like BC, whatever. So I bought the A1 even though it was more expensive because I truly believe in the Nutri score.

Q5: Would you say that you can rely on the information that it's disclosed on products?

Yeah, I do believe it. Yes.

Q6: What would you say would get you involved more in this?

I think I would be. I would be more interested in if he was more part of my life. Because, for example, when I lived, I lived in Heliodoro Salgado. To put the recycle bin, I had to go all the way down to 2 streets to put them in the correct bin and it was like not far away. But it was not easy for me. So I was like, OK, I'm just not going to do it, you know. So I think if they like the road and like the government and like the city, if they want to, if they try harder to make us citizens. Like life's easier by so complicated to say that if, like if, if it was easier to recycle if it was easier to eat, like sustainable products, if everything was easier, just as it's easy till like go to Lido and buy something or go to the bin downstairs and throw something in the bin. If it was as easy as that, I would be more interested in it. But it's not that easy right now. It's really complicated like we shouldn't go. We shouldn't walk like 2 streets down just to throw, like plastic, like trash in the correct bin. You know, I think that's very wrong. Every street should have a bill for plastic, a bin for this. There's this, you know, maybe this is the problem with Portugal, but maybe I'm pretty sure other countries would be more responsible with that, I think.

Q7: What is your hope and like what do you expect and how is your look for where the world is heading to, you know, like as in general like?

I have no hope. I don't think it's going well. If you walk down the streets in Lisbon, you see trash everywhere. I think people are really selfish, including me, and I don't think in anything for the world to change the way it is right now. A huge amount of people need to change the way that they live and that the way they.

Buy things and the way they are. Mind their mindset. They need to change their mindset.

And I don't think it's something that 's gonna happen because it's too many people doing really bad things.

And I don't think like the world should. Every country in the world should, like, do a really, really hard marketing campaign like focus it on trying to change some people's mind because it's too many people doing the wrong thing, honestly. That's what I think.

Interview VII - Date: 24/04/2024 - Language: English (EN)

Glen Cross, 32 years old, Graphic Designer, English

Q1: Are you somehow interested in sustainability?

I am interested in it. I'm aware that it's important. But I don't think that I act on that enough.

Q2: Does sustainability influence your daily decisions somehow like nowadays?

Yeah, I think it doesn't influence my decisions because if I'm going to buy something that's made that's packaged in just plastic or just paper, I'm not going to choose the one because of the packaging. I'm going to choose the better product. But then when I have the packaging that I want, I need to get rid of it. I'll recycle or I'll consider the recycling side to it.

Q3: You take a look at what's disclosed in the product?

For me? Yeah, the only thing that I look at is the nutrition side. I don't look at where it came from or if it was sustainably made or packaged. I don't look at that to be honest. All I look at is nutrition and that's nothing to do with sustainability really.

Q4: Are you somehow familiarized or ever heard about green, green social or sustainable labeling in general?

The label like, yeah, like As for example there is a nutri score here in Portugal like you're familiar with this. Did you like in general with a label that it's gonna like to disclose some kind of information like in general you know? Yeah, I'm familiar with this label in Portugal, but I don't believe it. I think it's a lie because.

Nesquik cereal. And that's so not true. So ever since I saw that. I don't even I don't even. Absorb any information about this score, because I I think it's all false. Before this, I would maybe believe it, and in the UK I do believe it more because it feels like it's more

true, but in Portugal? Ever since this ever since I saw it on Nesquik cereal, I don't believe it.

Q5: Would you say that you can rely on the information that it's disclosed on products?

I believe some of the information like nutrition because. These things are tested and you can't lie about that, but also because I'm a graphic designer and sometimes I design packaging and I speak to clients who are making packaging. I know that they can twist the truth so easily, even if it has. For example, they can put the huge word protein on the front of the packaging and then that makes people believe that it's amazing protein when it's just a small amount as an example. So some things I believe the list of nutritional values I believe, but the front, the design. No, I don't. I don't usually look at that and believe it immediately.

Q6: What would you say would get you involved more in this?

It's a tough question because yeah, I would like to be involved more in sustainability, but I haven't seen anything so far that really makes me want to be involved, and I don't know what that thing would be. Maybe if more information was available without having to look for the information. But I don't know how that would be. I don't know the best way for that to be given out. You understand what I mean? Yeah. So that the IT feels like the information is not. Immediately available. And a lot of people, they're not gonna search for the information. They just want it to be displayed to them. Maybe on, I don't know, adverts on the metro or on a bus stop or I don't know.

Q7: What is your hope and like what do you expect and how is your look for where the world is heading to, you know, like as in general like?

OK, I have thought about it and I think that the world now it's it's easy to see the harm that's happening, even though humans have been destroying the planet for the last like 100 years. 100 years ago, or even 50 years ago, nobody could see this. Nobody could go online and see what nobody could see on the TV. But now everything is available for us to see. It's created a new age where everybody knows what sustainability is and

everybody knows that the earth is being damaged. Even though it's been happening for like 80 to 100 years of the world being destroyed by rubbish, trash and fumes and pollution, now everybody is well, I say everybody, a lot of people are trying to change their ways. Companies for example. Really try and boast that they are sustainable. You know, if they're, if they're, if they're trying to appeal as a, as a better place. So it's much more. It's much more of a good thing that people want to be a part of now, whereas maybe 50 years ago nobody knew what it was so nobody cared. People just throw rubbish on the floor. So I do have hope. I think that it's going in a good direction. But who knows if it's gonna actually happen?

Interviewed VIII - Date: 25/04/2024 - Language: Portuguese (PT)

Camila Villas

Sustainable Fashion Consultant | Sustainable Sourcing Expert at International Trade Centre (UN/WTO)

Q1: Qual é a sua atual ocupação profissional?

É bom, eu trabalho há mais de 20 anos, né? No mundo da moda e NOS últimos 8 anos em sustentabilidade. Então é, eu trabalho muito com o supply chain, agora eu trabalho para ONU para uma. É uma agência da ONU que se chama International Trade Center. Que é uma, não sei se conhece essa agência da ONU. Ela é focada como nome de trading, né? Então ela é muito menos de e mais assim, de preparar as empresas para fazerem exportação. Então eu trabalho com espera aí que eu pus muita água que a pedir é eu trabalho com é tudo o que tem a ver com funding do Governo do UK, então é assim, eles que definem quais são os países. Que eu trabalho então agora, NOS últimos tempos eu tenho trabalhado com 4 países que são Etiópia, Tanzânia, Madagascar e Nepal. E em cada um deles tem um tipo de empresa, né? Então, a maioria das empresas que eu trabalho, elas são focadas em manufatura, então elas produzem. E as roupas para as marcas e aí o trabalho que eu faço é de prepará-los melhor para o mercado europeu. Mercado é do do Reino Unido. É na parte tanto na parte de sustentabilidade, então faz todo o assessoramento da parte social e ambiental. E aí vê se a gente precisa. E especialistas em cada uma dessas áreas, mas também na parte de marketing de mercado por entenderem quais são as principais marcas. O que que tem a ver não é? Quais são as marcas que têm a ver com o tipo de produto que eles fazem? É mais ou menos isso também como estilistas, tipo na Tanzânia, trabalho com estilistas, então é mais focado em como as coleções deles podem ser mais sustentáveis. Então, nessa última gente trabalhou muito com o site e tem muita roupa que vai para os Estados Unidos. Que as pessoas jogam no lixo, elas vão parar e NOS lixões da África. Então a Tanzânia era esse trabalho de tipo pegar essas roupas e transformar em outra coisa. E aí o centro final do trabalho, né? Que acontece a cada 6 meses e trazer essas empresas para Londres e Paris e eles fazem eles participarem de trade shows. O meu é focado na África e na Ásia, não é assim, é onde eu trabalho, mas aí eu conecto eles com marcas que estão aqui, por isso que eu tenho esse trabalho porque eu estou em Londres,

então eu conheço o mercado e aí eu eu tenho. Tenho melhores condições de conectar ele com eles, com as marcas daqui.

Q2: Como surgiu seu interesse pela sustentabilidade?

Sim é bom, é. Como eu te falei que eu trabalho 20 anos na moda, então eu vi muita coisa assim. É no Brasil. Eu trabalhei durante 7 anos em empresas multinacionais de sapatos e trabalhei para crooks e trabalhei para Sketch. E o Brasil tem um mercado bem protecionista? Sim, de calçados. E aí entrou uma nova regra que era para os calçados que eram trazidos pro Brasil da China. Pagavam lá um imposto adicional e ficava tipo enviado. Então basicamente a gente não podia trazer os sapatos da China. Então as empresas começaram a tentar produzir em outros países. E aí, na Cruz, por exemplo, a gente começou a trazer essa parte do Vietnam. E aí eu ficava com um contato constante com as fábricas e tentando negociar preço e o preço era tão baixo. Eu comecei a achar que aquilo estava muito estranho e depois mudei para Sketch. Eu estava mais focada na parte de vários, então eu abri tipo 20 lojas de esquetes na América do Sul e eu ficava fazendo aqueles planos para as pessoas, não é? E dentro da loja, como é que a pessoa faz para comprar mais coisas, então tipo primeiro de fazer promoções a compra 2 pares ganha mais um. É aí no checkout colocar todos os acessórios. Eu falei de nós, está muito errado. Então quando eu mudei para Londres, que foi há 8 anos atrás, eu falei que eu queria achar uma coisa que está ainda em moda, que o mercado difícil não é, mas que pelo menos estava tentando mudar um pouco a indústria. Então foi isso?

Q3: No seu dia-a-dia a sustentabilidade faz parte de alguma forma?

Isso totalmente. A boa roupa, eu só compro second hand faz muitos anos. Para os meus filhos é um pouco mais difícil, sim. Quando eles eram menores, era mais fácil, mas com eu tenho um filho adolescente, então. É não é tão simples. E aí, eu acho que essas coisas mais básicas assim não são do tipo plástico, não pegar sacolas sempre está com uma sacolinha na minha. Na minha bolsa, sempre andar com uma garrafa de água que eu levo de casa. Portanto, a saber que tipo de onde vem a comida que eu estou comendo, então não, como não compro eu como carne, mas eu não compro carne de qualquer lugar e tento comer menos carne. Queremos bem atento viajar de trem quando eu posso em vez de viajar de avião.

Q4: Ao fazer compras, você normalmente busca informações mais a fundo antes de consumir o produto?

Onde eu posso e onde tem informação que tem muita coisa que não tem informação, não é? Aonde eu posso? Sim, e principalmente com carne e frutas, essas coisas, mas o resto meio né? Tipo arroz é arroz, feijão e feijão. Mais ou menos tem informação, né? E também tem que comprar sempre. Quando eu posso dos menores produtores assim do que ficar comprando nessas redes. Mas é no dia a dia, é mais complicado assim né? Eu tenho 2 filhos, cachorro e tudo. É, então eu tento falar normalmente uma compra do mês assim online. É, e aí eu deixo tipo fruta vegetal, pão essas coisas para comprar dos produtores menores, que são dos mercadinhos aqui em volta da minha casa.

Q5: Para produtos de maior valor você tem essa preocupação de pesquisar o que está por trás da produção?

Há com certeza. Eu sempre pesquiso tudo até para comprar árvores de Natal. Eu fiquei aqui sofrendo. Se Eu comprar Bárbara de Natal de plástico reciclado ou Se Eu comprava árvore viva, daí fiquei vendo que a árvore viva não vale a pena. Eu acho que depende muito do que está lá fora. Sim, não é. Eu entendo muito de material, então Se Eu vou comprar por tipo um sofá, alguma coisa para casa é baseada no que eu realmente o que eu conheço e vejo se a empresa tem algum tipo de certificação e se trabalha com algum material reciclado, qual que é o tipo de garantia, quanto que eles esperam que seja, não é o lifecycle do produto para ver a durabilidade. Agora se é uma coisa totalmente que eu não entendo tipo árvore de Natal, eu falei com um amigo que ele é especialista em biodiversidade, é mas dar às vezes também não dá se vai comprar letra do México, não sei, né. Também faz, acho que não, não compro faz muito tempo, mas se eu fosse comprar, talvez seria no Google mesmo.

Q6: Você sente que no Reino Unido existe a presença de informações expostas diretamente no produto?

Tem bastante informação, não é? Essa é assim, é vai do teu interesse, não é de ir lá e ler, mas a maioria dos produtos sim.

Q7: Você confia naquilo que está sendo exposto no produto?

Aí é difícil, não é? Acho que depende muito do que está comprando assim, comidas complicado. E mais se é tipo um sofá, uma coisa assim, acho que sim. Dá para confiar em comidas é complicado, porque tem tantos ingredientes. Tem tanta coisa que a gente não sabe. E aí, de vez em quando eu uso um EP que vai lá e tira uma foto e ele dá uma nota, mas também a nota, Sei Lá, baseado em que não é, é difícil você conseguir confiar numa coisa que você também não tem muito conhecimento, não é? Você fica muito a merecer que você levasse o carro no mecânico que o mecânico falar, você vai meio que acreditar, porque não é você não tem essa, Eu não tenho essa. E esse conhecimento sobre como funciona a parte elétrica motora de um de um carro.

Q8: Como você acha que poderia ser disponibilizada e democratizada esse tipo de informação?

Eu acho que é uma coisa difícil, mas e se fossem criadas umas métricas que você consiga realmente comparar? Sabe, tipo que se fala, né? Apple com apples porque fica muito confuso para todo mundo assim, não é? Então se tivesse, por exemplo, teria um rating, né? Aí você inclui, porque também cada pessoa acha que uma coisa é mais importante que a outra, né? Pode ser que para mim, a parte social seja mais importante para você. Seja parte. Ambiental. Mas é um negócio tão complexo assim, porque já quem produz. Às vezes, a maioria das vezes já não tem acesso a esse tipo de informação, não é? Então se vai fazer uma roupa, por exemplo, é difícil você conseguir saber uma marca que está aqui em Londres, que mesmo que a marca se importe tudo saber da onde vem o algodão. Vocês estão tratando direito a pessoa que está lá na fazenda não produzindo algodão para depois mandar algodão. Para ter selagem com quais são as pessoas que estão envolvidas no processo têm químico, se não tem químico e então acaba que na moda, hoje é quem realmente se importa e está tendo que acreditar nas certificações, não é? A mais vez em quando dá um problema, porque também é difícil, por mais que seja seja certificado e é muito difícil que tenha esse controle. Então eu acho que isso é para tudo, não é? E também enquanto não tem uma legislação, vai entrar agora Eu não sei se isso faz parte do seu. E isso tudo mais que tem esse a. Tenho

dele. Que tem muita coisa de produto ali e aí está todo o mundo. As leis vão ter regras claras, mas assim, quem vai fiscalizar isso. Então eu acho que é um assunto bem complexo assim, esse escândalo mesmo que teve agora. Que já é uma? Não é tipo de ficção que já há 15 anos, assim a gente já não trabalha, já é uma coisa que realmente, quem se importa com sustentabilidade? Não, não considere agora esse mega escândalo, né? No cerrado a Zara pegando algodão com essa certificação. É complexo.

Q9: Na área da moda as certificações são facultativas?

Vai ser obrigatório, não é até 2030, mas por enquanto não, mas aí o é, como já teve muito problema e também agora acho que com essa coisa não é da mídia social e os consumidores estarem um pouco mais assim. É pressionando as empresas para que elas tenham responsabilidade na cadeia, então principalmente essas grandes e tem muitas fábricas e, por exemplo, as fábricas da Etiópia. Tem muita marca dos Estados Unidos que produz lá tipo Carter Gaps. É Tommy Hilfiger essas enormes e Mac, então para as empresas se protegerem, né? Elas pedem que essas fábricas tenham essas certificações, que são, em maior parte, são certificações sociais mesmo para ter certeza que não tenha trabalho escravo, que não tenha trabalho infantil, que eles têm condições mínimas de trabalho, que têm salário mínimo, essas coisas.

Q10: Os SDGs estão presentes no seu dia a dia no trabalho? E você sente que da porta para fora é algo muito distante das pessoas?

É bom Como eu trabalho para onde, então esse D faz parte do meu trabalho, não é tudo o que eu faço. É justificado em algum desses 17 gols para tudo que a gente faz, mas é óbvio que foi há 1 ano que criou, então é o nosso framework de trabalho. E quando eu saio da porta para fora? É essa que não sei, porque eu acho assim que também é com essa coisa de mídia social e tal, a gente vive numa bolha. Não é que acaba que até as nossas relações sociais mesmo ela, a gente acaba convivendo com as pessoas que pensam mais como a gente, então. Quando Eu Estou Aqui e não é assim tão distante, mas quando eu vou para o Brasil, por exemplo, eu tipo completamente distante e desconexo, não é? A gente até é, eu sou de Curitiba, meu marido de São Paulo, mas a gente construiu uma casa em Jericoacoara. E a gente tem passado bastante tempo lá quando eu estou lá, não parece que está assim e é óbvio que ninguém fala sobre sdd, não

é? Mas é só a maneira de vida das pessoas. Elas cabem super dentro dos sdds, mas aí óbvio, Se Eu vou para Curitiba, Se Eu vou para São Paulo e fica tudo muito, muito desconexo assim.

Q11: Como você enxerga aqui isso pode, pode ser, né? Levando para a sociedade civil, vamos dizer de uma forma que envolva mais as pessoas?

É, eu acho que as SDGs servem muito mais para as empresas e para os governos do que para a pessoa individual. Apesar de óbvio, né? A gente fala que cada um tem que fazer sua parte e tudo mais. Eu não acredito que eu aqui sozinha comprando roupinha de brechó e usando uma garrafinha que realmente as coisas vão mudar, não é? Acho que sim. Se estiver legislação que realmente vai lá e cobre e se as empresas começarem a entrar e de acordo com essas legislações, aí sim, as coisas vão mudar. Então é eu acho que o Zé se diz muito, muito complexo para o cidadão comum e à sustentabilidade acaba que virou uma coisa muito política hoje em dia, né? Então eu já já vejo resistência, principalmente no Brasil. Só deu falar que eu trabalho na ONU das pessoas. Já muitas pessoas pensam que é uma pena, já se associaram a ela, é de esquerda e ela vive no mundo além de é assim, então é eu acho que é uma coisa muito distante querer e inclui na incorporá-los estadias no dia a dia das pessoas. Eu acho que falta muita coisa antes. Assim, eu acho que esse framework é muito complexo e até para 11 pessoas de gerir. Então acho que é uma coisa que realmente tem que ser tipo No No nível mais assim do coletivo de é realmente de da da parte das das empresas mesmo, EE da digitação e dos governos. Tem até iniciativas bem legais. Aqui tem uma empresa de um amigo meu que chama tuga bebendo. Não sei se você conhece. Depois dá uma olhadinha e eles fazem umas pulseirinhas assim e daí cada pulseirinha é de uma cor 17, então é uma, é uma maneira de você engajar as pessoas. E aí, por exemplo, você compra vermelha que é de André Quality e daí dou então os precedentes para uma instituição que faça alguma coisa nesse sentido. É uma maneira de engajar pessoas. Agora, se ela colocar isso no dia a dia dela, eu acho mais complicado. Não é como que vai dar informação sobre a data, é reduzir redux e redux poverty. Como se faz isso no seu dia a dia, né? Acho que até as pessoas que me confusão Aí que eu vou fazer, vou dar dinheiro pra mendigo ou vou sabe difícil pensar assim, a talvez todo mundo que tem em volta de mim, Se Eu pagar pessoas, justamente se Net pai tem uma empregada na minha casa,

mas eu dou condições para ela, para ela poder crescer como pessoa. Porque eu até eu não sei até que ponto faz diferença mesmo assim, porque é por um lado eu tenho eu tenho, é estudado muito sobre isso. Assim, por um lado, principalmente, a geração mais jovem, coloca essa pressão. Mas aí quando chega é no preço normalmente a 15%, 20% mais caro e tem uma justificativa para ser mais caro. Não é só mais caro porque querem que seja mais caro, né? E aí a pessoa não quer pagar? Então por isso que eu acho que se não tiver uma legislação, também não é de interesse das empresas. Por exemplo, as petroleiras estão lá, elas existem, elas não vão deixar de existir num futuro próximo, Né? Então como que a gente vai fazer pelo menos para que o impacto não seja tão grande? O que é que eles vão ter que dar de contrapartida pelo tanto de mal que elas fazem? Acho que é mais. Não dá para ficar tanto na conversa do lá lá, além de como falo.

Eu tenho que ficar um pouquinho mais prática, sim, né? Mas acho que colocar pressão no consumidor não ajuda.

Q12: Você acredita que quem não adotar essas certificações e ações vai continuar no mercado e vai dar um jeito, principalmente considerando o mercado, né da moda.

Então na Europa sim, não é? É tanto que eu estou envolvido em várias pesquisas sobre isso. Assim, estudos sobre o que é que essa nova legislação vai representar? Porque eu trabalho com essa Miss, que são as pequenas e médias empresas e muitas delas tipo no Nepal, por exemplo, fazendo 111 programa de Kashmir. Eles têm muito e as empresas são minúsculas, muito familiares, muito informais. E aí eu estava estava recentemente numa discussão onde eles estavam especificando as legislações, quais seriam os impactos? E tudo eu perguntei, sim, mas o que é que vai acontecer com essas empresinhas pequenas? Não, elas não têm dinheiro. E elas não têm recurso, então óbvio que isso já está no meu trabalho da ONU de colocar isso numa prioridade para que quando tenha fã da ONU para prepará-los, para que eles tenham certificação. Mas assim, num país que é o Nepal, não tem saneamento básico. Eu estou falando para ele sobre não descartar resíduos químicos na água, sendo que tudo está indo para água, entendeu? Fica uma coisa bem conexa, né? Mas bom, perguntei, e aí, a pessoa do Governo falou, é com play or daí? Então eu acho que na Europa há, no Governo daqui,

não é porque essa regra vai ser para empresas da Europa e qualquer tipo de produto que elas comprem, não importa de onde elas comprem, têm que estar dentro desse. Tem que ter essa compliance, não é? Então acaba assim? É, eles vão ter que procurar outro fornecedor, não é? Gera outro problema sim, mas assim e agora se esse é com player daí na Europa, mas no restante do mundo Eu Não. Não acho que vai ser uma coisa rápida. É muito, é tudo muito informal assim, não é, então? É uma acho que são assim gerações que vão ter que vir aí, porque por um lado, por um lado, vocês, empresas mudando e por outro lado, as pessoas mudando a relação com que elas consomem não é consumindo menos. Voltando um pouco pensando talvez há 100 anos atrás, como que as pessoas compravam, não é?

Q13: Você tem esperança nessa mudança?

E aí difícil, não é? É Como eu tenho 2 filhos, eu tento pelo menos passar para eles assim. A minha geração, eu acho que sim, já está perdida para agora. Eu penso que talvez os jovens, e talvez na sua geração dos meus filhos, sintam essa coisa de, por exemplo, a gente ter uma casa em Jericoacoara é uma coisa muito importante demonstrar para eles na realidade. Assim não é de ter uma vida simples, de não se apegar a coisas materiais e de ter essa conexão com a natureza. Eu acho que acaba, que fica tudo muito distante para as pessoas Hoje não é? E eles são muito desconectados assim, então porque que eu vou pensar na vida marinha? Tipo nossa, eu vou pra praia, tipo uma vez por ano e eu compro peixe do supermercado que vem no negócio. Isopor assim. Então eu acho que a pandemia talvez tenha ajudado isso das pessoas olharem um pouco para dentro, mas eu também já estou vendo os movimentos contrários. Assim a gente decidiu fazer esse negócio de cor clara durante a pandemia. É uma coisa que a gente quer continuar a aumentar nas nossas vidas. Mas eu já conheço outras pessoas que já saíram de São Paulo, foram interior, mas agora já voltaram para São Paulo de novo. Então também é difícil, não é todo mundo que consegue aplicar isso no dia a dia. Assim, todo mundo tem conta para pagar e não sei. Acho que viver numa grande cidade é. É uma coisa muito complicada, sim? Faz você ficar conectado tanto da natureza e ficar e com muitas tentações, pensando em comprar, comprar, comprar, comprar, acho complicado. Então eu não sei se tem esperança para ser bem sincera. Está ótimo, mas a resposta que eu gostei dessa mesa foi que vai de vários pensamentos e que no final das

contas. Fica esperando o dia do desastre não acontecer e não adianta. Já passei dessa fase, eu estou mais assim. Tipo, faço o que eu posso.

Interview IX - Date: 25/04/2024 - Language: Portuguese (PT)

André Veloso, 30 years old, Financial Controller, Portuguese

Q1: Você tem algum interesse, algum envolvimento no geral com sustentabilidade?

Sim, trabalho também numa empresa que pronto, que tem muito essa bandeira de ser sustentável, portanto. Sim sim, no meu dia a dia tento sempre, Sei Lá, não deitar lixo ao chão, não usar coisas de plástico. Sim, não quer dizer que consiga a 100 por cento que há coisas que ainda não dá, mas tento sempre evitar essas coisas. Ser sustentável é a minha maneira de reutilizar coisas também. Tenho sempre essa ideia.

Q2: Então você diria que a sustentabilidade influencia de alguma forma nas suas decisões diárias?

Sim, se calhar não naquelas decisões de vida, não é? Mas decisões diárias? Sim, sem dúvida.

Q3: Você normalmente busca informações por trás do produto antes de consumir?

Sim sim, depende sim. Estou a pensar, por exemplo, champô e essas coisas que eu vejo sempre são marcas que testam em animais, porque acho que isso não é tanto sustentabilidade, mas, mas é uma coisa que eu que eu tenho a intenção de não comprar coisas, marcas que testam em animais, por exemplo. Mas sim, de resto, também não, não é que vá pesquisar muito. Depende do produto, claro, NOS assim coisas para casa, tudo não. Não faço assim uma grande pesquisa, não é assim?

Q4: Você tem interesse em ter essa informação mais detalhada ou clara?

Sim sim, mais fácil de deter, não é de aceder à informação sem que se tenha logo. Por exemplo, no próprio produto ou qualquer coisa? Sim, sim.

Q5: Em algum momento você já deixou de comprar um produto porque senão é sustentável?

Estou a pensar, não me lembro agora de nenhum caso específico, mas eu julgo que sim, não agora não me recordo assim nenhum caso. Mas sim, estou a pensar, por exemplo, nos cotonetes. Que comprava muito plástico. Agora tentamos sempre comprar em casa

de Bambu, por exemplo, coisas assim, ou seja, influencia, mas é foi mais uma questão de ter novos hábitos? Não, não, de No No momento da compra ter essa influência, vá.

Q6: Você sente que você pode confiar na informação que está sendo exposta?

Sim se tivesse, porque, por exemplo, as marcas não dizem. Isto foi testado em animais, não é? Mas se ao menos tivesse assim uma descrição, sim, sim, acredito que influenciava também a minha decisão. Sim, eu acho que ainda não é muito presente nessa troca de informação. Acho que ainda não está muito presente. Devia estar mais e mais explícito, é isso. Uma pessoa devia saber o que é que está a comprar. Na verdade, muitas vezes não sabes qual é a origem daquilo. Como é que foi feito? Estou a pensar em tudo, até roupas e tudo. Se calhar a roupa que a gente compra, que estão crianças, não é trabalhar na China onde for. A serem exploradas, portanto, se tivéssemos acesso a mais informação de como o produto foi criado, de onde veio? Acho que era importante. Era importante que fosse até uma parte da legislação ter me divulgado todo o processo de produção de um produto ou qualquer coisa. Sou a favor disso também.

Q7: Você é familiarizado com o conceito das ODS?

Não, provavelmente vou pesquisar sobre isso a seguir, porque não sabia.

Q8: Qual a sua visão e sua esperança quanto ao caminho que eu estou a seguir neste sentido sustentável?

Eu acho que começa a ser cada vez mais um tópico quente. Não é que as pessoas tomam mais atenção das empresas? Acho que há muito a fazer e acho que tem que começar. Há também cada um de nós. A questão de. Eu vejo muita gente a deitar o lixo para o chão Chi Garros muitas vezes e isso devia partir de cada um de nós. Até ao ponto até estou. Estou mesmo a pensar no consumo de carne de peixe hoje em dia. Essas indústrias são a Loucura, a exploração animal e tudo mais. Portanto, acho que não longo, longo caminho a percorrer, mesmo em questão das energias sustentáveis que eu acho que mesmo assim, essa talvez o que tenha tido mais impacto até agora, o mais atenção ao que tem sido as energias renováveis. Mas acho que há um longo caminho a percorrer. Essencialmente, tem que partir de cada um e depois em termos, por exemplo. Poluição e tudo mais. Eu acho que as indústrias.

Pessoalmente, China, Estados Unidos. Tem um impacto gigante No No planeta de poluição têm talvez 80% da emissão de carbono é feita na China, na Índia e nos Estados Unidos, e acho que deviam. Devia haver um controle maior ou pelo menos mais medidas, mais compromisso por parte dos governos desses países, pelo menos. Porque dizerem que vão reduzir a emissão de carbono até 2050? Bom, estamos a 25 anos não é nada. Em 25 anos, muita coisa pode acontecer, não é? Portanto, eu acho que é bom estarmos a começar a falar destas coisas, já haver medidas, já haver ideias, mas acho que ainda há um longo caminho a percorrer. Essencialmente, é isso a partir de cada um de nós. Eu só tento fazer o meu papel. Eu sei que não tem impacto nenhum, mas. Se Toda A Gente fizer o seu ficar todos juntos. Temos um impacto pequeno. Nós damos o exemplo, digo, Eu não sei.

Interviewed X - Date: 25/04/2024 - Language: Portuguese (PT)

Marta Cerqueira, 37 years old, Portuguese | Journalist, CEO Pegada & Rizoma
Cooperative Member

Q1: Qual a sua relação com sustentabilidade?

A sustentabilidade para mim passou a ser parte do dia a dia de uma forma natural, não é só nas minhas práticas do dia a dia, em tudo o que eu faço, não é? Acho que está lá sempre presente, seja enquanto profissional, porque tornou-se também parte do meu trabalho sendo enquanto mulher e enquanto mãe enquanto pessoa que adora viajar enquanto pessoa que consome. Portanto, é tão importante que faz parte de todos os setores da minha vida, acho.

Q2: Como surgiu esse interesse pela área?

Então Como eu já tinha dito, eu sou jornalista. A pegada já vai fazer uns 4 anos, mas antes disso eu estava a trabalhar numa revista. Era editora de uma revista online de Lifestyle e foi aí que eu comecei a escrever sobre esta temática da sustentabilidade. Numa altura há 5, 6 anos, não era um tema tão sexy nem tão falado, nem havia assim tanto conteúdo em Portugal sobre esta temática e foi até um bocadinho difícil provar que seria um tema interessante para as pessoas e depois acabou por ser mesmo e a própria que agora existe mais. Porque é um meio de comunicação social dedicado a esta temática, não é? Mas a mas foi nessa altura que eu comecei a escrever mais sobre isso, ou seja, a nível mais profissional, mas também porque a nível pessoal eu fui estando mais atento a esta temática e fui acrescentando, foi foi estudando naturalmente e foi acrescentando mais rotinas, rotinas mais sustentáveis ao meu dia a dia. Então uma coisa se juntava à outra, ou seja, quanto mais eu sabia, mas queria passar informação, mas mudava o meu dia a dia, então foi tipo, começou assim a fazer parte da minha vida e nessa altura.

Foi quando eu comecei a pensar, eu, eu para para para o meu grupo mais fechado, ou seja, para os meus amigos e para a minha família e depois também se calhar no Instagram, comecei a ser aquela pessoa a quem as pessoas a quem o resto das pessoas perguntavam, onde é que eu vou comprar a granel? Onde é que tu compras a tua roupa em segunda mão? Onde é pronto esse tipo? Perguntas e eu comecei a pensar que se

calhar poderia haver uma coisa que não havia, que era um site. Que juntasse toda a informação sobre sustentabilidade, principalmente. E esse foi na altura o principal foco da pegada. Era criar uma espécie de mapa que ainda é o que nós temos também lá no site. Que ajudasse qualquer consumidor a ter um consumo mais responsável. Portanto, a ideia ali, nós começamos por fazer o mapa de Lisboa, entretanto, já estamos em todo o país que é, estás tu no Porto, estás tu no Alentejo, estás tu em Faro, consegues ver onde estás, quais as opções mais sustentáveis à tua volta em diferentes categorias? Nós temos várias categorias, mas temos, por exemplo, restaurantes, hotéis, lojas de roupa em segunda mão, lojas de produtos, a granel, a produtos, diz, onde comprar produtos de higiene e puericultura, por exemplo. E pronto e então nessa altura apareceu 11 programa da startup Lisboa procurava Mulheres empreendedoras na área da sustentabilidade e eu tinha essa ideia de criar este site, mas era mesmo só uma ideia, não era nada, não tinha nada preparado, não tinha nome sequer para o que agora é a pegada. E então com curry e concorri foi passando, foi passando, foi passando E nesse nesse programa, acabei por conhecer a Lúcia que é nós somos as 2 da pegada, não é? Ela é o meu braço direito esquerdo. É Ela porque ela se tinha candidatado com um outro projeto, nada a ver com este e o dela acabou por não passar. Nós não NOS conhecíamos ao vivo, nunca NOS tínhamos visto falar, era, seguíamos mutuamente no Instagram porque tínhamos várias, várias coisas em comum, o gosto pelas viagens, gosto pela sustentabilidade. E numa altura em que eu já tinha passado várias fases e estava tipo, OK, ISSO agora vai ser mesmo real e eu sabia desde o início que não não tinha capacidade nem queria fazer ISTO sozinha. E ainda tentei algumas pessoas que eu conhecia mais próximas, mas nenhuma estava no mesmo propósito de avançar num projeto assim do zero, não é? Até que me lembrei da Lúcia porque ela parecia-me bastante pró Activa e ela sempre me disse que gostava muito do meu projeto e eu perguntei-lhe assim, um dia mandei Mensagem Do Nada, portanto, uma pessoa que eu nunca tinha visto ao vivo, não é? Olha, queres fazer ISTO comigo e ela, Bora e eu finalmente recebi o 5 que estava tão à espera, não é? E desde esse dia que somos as 2, chegamos a ter um terceiro elemento. Entretanto, já não não temos. Já estamos às 2 há muito tempo e pronto e temos tido as 2 aha levar a pegada em frente e a pegada. Entretanto, de fato tem esse mapa, tem esse diretor. Nós tentamos que seja o diretor mais completo de projetos sustentáveis em Portugal e tem também outras valências. Tenho agenda de eventos, portanto nós temos

uma agenda de eventos com tudo o que acontece, sustentabilidade em Portugal e temos também a parte conteúdos, portanto, aproveitando que o seu jornalista é para trazer também tráfego ao site, nós temos. Há notícias, reportagens, dicas que escrevo, escrevo eu e pronto. Temos uma equipa que ajuda na produção desses conteúdos, pronto e é neste momento, já estamos as 2 a full time. A deixando teve que ser. Houve uma altura em que durante muito tempo, ISTO foi o nosso part time, sendo que NOS pronto era um trabalho mesmo, até que decidimos dar o salto de fé e arriscar e já estamos a full time há algum tempo. AEEE pronto e depois pronto só para te explicar? Além desta parte do site, que é visível a Toda A Gente do site das redes sociais, nós temos trabalhado com empresas que fazem parte do nosso modelo de negócio. Somos bastante procuradas por empresas para. Para tudo o que seja produção de conteúdos internos, por exemplo, newsletters e-books até conteúdo para construção de novos slides e também para dar workshops em empresas. Portanto, já trabalhamos com empresas, desde farmacêuticas. Ou seja, não tem necessariamente a ver, não tem necessariamente que ter a ver com sustentabilidade, mas agora todas as empresas têm que ter a sua parte a sua contraparte sustentável não é, portanto, e pronto assim, resumidamente tem sido.

Q3: Você diria que a sustentabilidade influencia as suas decisões diárias?

Exato fui sim, ainda se esteja longe da perfeição, ninguém, ninguém, ninguém é, não é 100% sustentável, é impossível, mas faço a minha parte e estou de consciência bastante tranquila em relação a isso, porque senão também a sua Internet. Ela está com ansiedade também já se fala muito, não é de querer fazer tudo, não está com sei que não, não é que não ser capaz e portanto, mais sim, mas sim muita gente me pergunta, por exemplo, eu fui mãe a meu filho, vai fazer 3 anos em Maio. E na altura muita gente pergunta, como é que tu fazes para continuar a ser? É assim, na verdade, se não, não mudei muito. Ou seja, na verdade, como eu já tinha todo um enraizamento de hábitos sustentáveis, foi só levá-los para outra dimensão, que é a parte da maternidade. E fazer a minha parte também nessa área, não é? Sei Lá, o Zé ainda Hoje usa fralda fraldas reutilizáveis a tentamos, nunca tentamos raramente comprar toalhinhas descartáveis, usamos paninhos feitos em casa, a bem somos os 3 vegetarianos até agora, portanto. Vai lá e compramos quase. Tudo em segunda mão para ele e tentamos para nós também o mais possível. E

pronto. E acredita que tomamos a decisão de ser sustentável nesse âmbito, também vamos dizer da maternidade. Olha pode ser Longe. Não só maternidade. Posso dizer NOS outros âmbitos também é é mais difícil ou vocês que talvez sejam uma imagem errada, enfim, por exemplo, não é. Vão usar esse exemplo da fraude que talvez. Pode ser mais difícil porque tudo o que seja uma mudança. A pé de trabalho, não é mesmo que seja uma mudança para algo bom para algo que vai trazer uma coisa boa? Requer enraizamento, portanto, aí nós na pegada, dizemos muito que mais vale escolhermos, se calhar não, não irmos a todas as frentes, mas escolhamos aquelas mudanças que nós sabemos que conseguimos manter a longo prazo. AE, por exemplo, as fraldas reutilizáveis, que é um exemplo assim fácil, claro que é muito mais fácil ter uma fralda descartável com a pessoa tira deita fora e pega noutra, não é? E no início posso dizer que foi difícil. Foi difícil a logística, não é? Mas depois de entrar no hábito da família, já é tão normal que nós não nos vemos nisso. Dificuldade, mas lá está, mas é um hábito, não é como todos os outros, não é tanto mesmo e depois dá também. E até, por exemplo, na escola, Sei Lá, na escola onde está o meu filho. Isso não é um tema, portanto, há mais do que um bebê, um já não são bebês mais do que um miúdo com fraldas reutilizáveis que levam paninhos de casa e não é uma questão. Mas já cheguei, eu cheguei na altura, havia escolas em que me recusava o uso de fraldas regularizados, por exemplo, que não nem sequer têm direito a isso, mas mas acontece e pronto lá, então pronto, mas sim. Tem a minha mãe também, porque eu, eu ainda usei fraldas de pano, não é tipo ainda sou do tempo, das fraldas de pano e a minha mãe disse, Ai, como é que vocês agora estão a voltar atrás para ela e voltar atrás, não é? Por que não disse quando foi do meu irmão? Já estava na transição para fraldas descartáveis. Ela disse, pá, quando aquilo apareceu, foi tipo, pá, Finalmente vou ter que ver, só te louvar panos, não é? Primeiro, as fraldas também evoluíram, portanto, não é, não é aquela coisa arcaica do Alcina, ainda há quem faça, mas pronto alfinete e não sei quê, portanto, agora elas são muito semelhantes em formato e em forma de usar. A com as fraldas descartáveis, mas para nós não é um voltar atrás, não é dar um passo em frente, então. A sim Eu Acredito muito nisso, mais do que estarmos tipo aqui, tens que fazer, tens que fazer, não é? Às vezes acontece, principalmente quando sabes que são hábitos difíceis de mudar, por exemplo, alimentação não é, Sei Lá, na minha família, ninguém é vegetariano e eu não vou impor nada. Agora eu vou fazer a minha parte e vou fazer a minha comida e se

calhar que lhes dê comida, diz, Sei Lá mostrar que eu faço assim e se calhar outra pessoa vai ter a pensar assim, se calhar vou experimentar, deixa ver, né? E aí aos bocadinhos por ver os outros? Fazer e por por olhar, perceberem que se calhar não é assim tão difícil quanto isso experimentar. A sim ISTO é tudo efeito efeito cadeia não é feito em rede, então sim.

Q4: Qual é a sua fonte de conhecimento neste sentido?

Olha, são várias, não é tipo, imagina quando nós começamos a pegar? A 2 coisas diferentes. Então, por exemplo, se nós falarmos do diretor, portanto, lista de negócios sustentáveis dos projetos sustentáveis que nascem todos os dias em Portugal nascem e feijão, alguns deles também. Portanto, é uma coisa sempre em mutação. Inicialmente, quando ninguém conhecia a pegada, éramos nós, Marta e Lígia, que andávamos em busca. Não é tipo tanto na rua quanto nós vemos as 2 em Lisboa, mas por acaso eu sou do Norte, sou do Minho e a Lígia do Algarve, então pronto, tentávamos de alguma forma andar nós à procura depois que a pegada também ganhou algum conhecimento em algum reconhecimento, digamos assim, há também NOS chega essa informação a nós, portanto, as pessoas também NOS enviam. Olha, abriu ISTO, olha, eu tenho um negócio, olha, eu comecei um projeto. Não interessa, portanto, agora essa parte já é. Já temos essa troca de informação, não é? Quanto à parte, por exemplo, mais das notícias acaba por ser também porque as notícias, claro que agora já muitos antes que alguns deles dedicados só a esta temática ou se falarmos em grandes meios de comunicação social, têm sempre 11 parte dedicada à sustentabilidade. Portanto, são também uma fonte de informação, não é? Temos essa parte, temos a parte dos meios, que os desculpa. As agências de comunicação também veem em nós um meio de comunicação que passa esta informação então. Envia NOS, por exemplo, Expresso realiza com com as novidades de seja de empresas de eventos de marcas. Pronto tudo o que acontece nesta área e depois também. Sei Lá redes sociais e mesmo as pessoas podem nos enviar. Olha, aconteceu ISTO, se calhar, vocês poderiam ir lá, fazer a cobertura, a tentar perceber o que é que está a acontecer. Portanto, são várias frentes nas quais nós vamos buscar conteúdo. Sim e com certeza você vai ser aqui às das entrevistadas que vai dar um maior, enfim, a maior fonte de conhecimento para essa pergunta, porque normalmente

as pessoas ficam assim, não sei, se sim, gostaria de saber, mas não tenho noção de onde ir, então já. Então tu estas pessoas dizer tem que ir a pegada. Pois pois deixar já volto Sonae no fim da entrevista, com certeza para todos que eu tenho conversado. Falo na menciono que eu quero voltar para trazer enfim site valiosos do filme, da mesma forma que as conversas não são para me trazer de alguma forma está disso, mas então já né? Sabendo que você já tem uma marca nesse mundo e não vamos dizer num supermercado onde estão os produtos expostos e tudo mais, você acha que seria?

Q5: Qual a sua visão acerca dos rótulos de sustentabilidade?

Olha já existe, já existem alguns rótulos, não é só que, infelizmente, alguns deles não são assim tão. Não tem, não traz a informação assim tão verídica. Ele ajudou. Espero que ajude muita a esta nova esta mais recente lei do Greenwashing ajude a que as marcas deixem de usar a cor verde e os os leigos e os símbolos a dizer só tipo assim Organic bio vegan sustentável para más sim, mas eu acho que sim, tal como nós em Portugal, temos bem aquilo também é bastante enviesado, mas O nutri score que é tipo um. Ai, como é que eu hei de explicar a mostra-te o nível de quão saudável é um produto, não é tipo, se bem que aquilo. Enfim, às vezes tenho uns resultados, não podem muito certo, mas se calhar ter também esse esse sim, mas às vezes mais do que isso, eu acho que talvez escolher os sítios onde vamos comprar a, por exemplo, eu faço parte de uma cooperativa que é Rizoma, não é? E uma das coisas que nós temos é uma mercearia e nós ali, naquela mercearia, sabemos que todos os produtos que lá entram são à partida escolhidos criteriosamente, não é, então? Seja porque são biológicos, seja porque são de proximidade a se podem ser fairtrade. Portanto, nós escolhemos a partida comprar. Claro que aqui estamos a falar de uma cooperativa, mas Sei Lá mercearias biológicas, à partida teremos, não é mais essa probabilidade do que se for. A um hipermercado normal se formos a mercados locais, a feiras locais que às vezes não têm que ser biológico nem não é com não tem que ser certificado, mas pelo menos sabemos a quem estamos a comprar. Também. Eu acho que é importante, não é porque nem todos estes pequenos produtores podem ter, tem capacidade para ter certificados e portanto eu acho que é. Porque é importante também lá está escolher o sítio onde vamos comprar.

Q6: Você confia na informação que está exposta ali na maioria dos produtos?

Sei lá aquilo que eu vejo mais no produto quando estou no supermercado não é tanto origem, quer dizer, a origem é mais fácil ver a parte mais fácil de ver se é biológico ou não, não é? Mas mesmo a parte nutricional, que também é uma parte que me interessa bastante essa parte, toda a parte da alimentação me interessa bastante e eu sei que aquilo passa por pôr uma por rigorosos testes também não é, portanto, para estar ali, é porque à partida estará tudo OK, portanto, nesse nível, Sim Ana tendencialmente confio sim.
Boa.

Q7: Você é familiarizada com o conceito das ODS?

Sim, então com a pegada, sim, faz parte do meu dia a dia, no sentido em que nós a se tu fores ao nosso site. Todos os conteúdos que nós temos têm sempre o ODS associado, ou seja, imagina estou antes de falar contigo. Estava a escrever um artigo sobre as cidades mais sustentáveis, segundo um ranking. Aí então, por exemplo, se tu fores ler essa notícia, tu vais ver com ODS no final do texto que está associado e o ODS 11, porque são os mais comuns dos 11 que essa possibilidade sustentáveis. Estamos a falar sobre um que seja educação é ODS da educação, um que seja sobre produtos a granel será o ODS 12 quer produção e consumo mais sustentável, mais responsável a então pronto desde nessa parte profissional, acabou por fazer parte do meu dia a dia também era uma coisa que pronto que eu tive também tive que. Perceber o que era e estudar um bocadinho, não é? Mas sim, mas acaba por fazer parte do meu dia a dia. Sim. É assim, eu acho que é importante que as pessoas. Tenham conhecimento sobre isso, não é? E nós lá está. Não fazemos, por exemplo, na pegada, não fazemos artigos especificamente a falar sobre os ODS, não é? Ou seja, vamos explicar o que é que são os DOIS, se calhar até já em alguma altura fizemos isso, mas é mais tentar dar a entender que eles estão nas mais diversas áreas. Portanto, se tu escreveste sobre educação a um a um, a 10, relativo a isso, se escrever sobre água a um a 10 relativo a isso, escrever sobre. Proteção ambiental, alterações climáticas, saúde e igualdade. Portanto, é que às vezes eu acho que o importante aqui é também pensar que os ODS não tem só a ver com os ODS e a sustentabilidade, no geral, não tem a ver com apenas sustentabilidade ambiental, não é? Há aqui uma parte social muito importante e nós, na pegada, também tentamos que os conteúdos que nós temos e os eventos e mesmo os projectos que nós temos listados

no site, não sejam apenas ligados AA. A parte ambiental, mas também social, nós temos uma parte que é só de impacto social, por exemplo, e é um dos ODS. Estão relacionados com esses também. Hoje. Boa boa férias também porque a maioria das pessoas que não têm conhecimento, não fazem ideia. Então está muito distante que não veem muito valor.

Q8: Qual a sua visão e esperança acerca do nosso futuro?

É assim, eu sou bastante positiva, então eu tenho sempre esperança no melhor a. Eu Não tenho na minha vida, no geral, não tenho um, nunca consigo pensar muito assim a longo prazo, ou seja, não tenho uma visão muito catastrófica da coisa. Acredito muito no dia a dia e nas pequenas mudanças no dia a dia, ainda que eu, eu sei, e tenho noção de que estas pequenas, essas, estas pequenas mudanças que nós fazemos enquanto cidadãos são importantes, mas não têm o impacto que tem uma mudança feita a nível nacional. Se tivéssemos um governo que não mudasse leis e enfim a. Mas eu sou bastante positivo. Eu tenho muita esperança nesta nova geração. Eu acho que nós estamos prontos, eu tenho 37 anos, fui apanhada assim, já meio meio do caminho. E vejo as pessoas à minha volta a tentar fazer mudanças, algumas delas sim, outras não, mas os nossos filhos já vão nascer e têm mais validade nascer em famílias que já têm alguns hábitos enraizados e depois têm acesso a uma informação que nós não tínhamos, não é? E então, mas sou bastante otimista em relação ao futuro. Boa velhice, a maioria das folhas aí no final eu ouço muito som negativo, onde não tenho, não tenho muita cena. Eh pá Sim se calhar é uma visão um bocão romântica, mas pronto. Olha, eu prefiro viver assim do que estar a pensar no pior, se não não, se não até tira a vontade de fazer alguma coisa, mas uma pessoa pensa assim, a não. Do que é que interessa eu fazer reciclagem se o meu vizinho não faz o meu tipo, pá, porque vou dormir e deitei a cabeça na almofada e então fiz estou. Estou contente com as minhas decisões, portanto. Passo sim E, nós acabamos por produzir conteúdo também só para redes sociais, porque pronto é outra linguagem, mas aí é, é inevitável. Pronto, eu trabalho em comunicação, tem que estar nas redes sociais, não é? E aí acaba por ser também um ponto de é o ponto mais direto de contato com quem NOS segue, com quem tem dúvidas. Nós às vezes já chegamos várias vezes a fazer artigos só com base em dúvidas que as pessoas têm de repente, percebemos que muita gente NOS pergunta sobre determinada coisa, por exemplo, agora estamos a fazer

uma. Uma rubrica que eu estou a gostar de fazer, que é a ajudar as pessoas a perceber onde reciclar coisas assim, mais fora do comum, Sei Lá, último artigo que eu fiz, acho que foi sobre panelas, panelas e tacho maquilhagem. EE, então quase todas elas foi uma vez eu fiz um só é perguntar, OK? Já todos sabemos que o plástico é no amarelo papel e no azul com vidro e no verde agora. Quais são os produtos que vocês têm realmente dificuldade em saber, não é? E então, com base nisso, temos estado a fazer artigos. Pronto, investigamos e falamos com, quem sabe também algumas das coisas que nós também já sabemos.

Interview XI - Date: 25/04/2024 - Language: Portuguese (PT)

Catarina Baaklini, 19 years old, Student, Brazilian / Lebanese

Q1: Você tem algum interesse em sustentabilidade no geral?

Sim, óbvio que eu acho que isso é uma coisa muito importante. E a gente precisa. Viver com o senhor idade, porque assim não, eu acho que. Não vai dar certo assim ao longo do tempo, eu tenho muito interesse em aprender. Eu confesso que eu não sei muito, mas eu acho que no meu dia a dia eu faço minhas partidas para tentar ser o mais possível. Eu sei que há ainda muito mais que podia ter assim que posso fazer, mas é por isso que eu gosto de aprender umas dicas, algumas coisinhas que não levam muito esforço.

Q2: De alguma maneira, a sustentabilidade influencia nas suas decisões do dia a dia?

Acho que sim. Há quase 16 meses que eu estou ficando bem mais tipo, com a luz ligada na minha mente, quando estou fazendo alguma coisa a ISTO, ficaste gastando papel tanto plástico, mas às vezes eu. Assim a vale a nada não deixa eu só pegar OA até o quê? Preciso usar plástico, não tem outra opção, então. Acho que estou sentindo agora que eu estou me ficando mais alerta. Mais as vezes eu a deixo fazer, então.

Q3: Você costuma ir atrás de informações por trás do produto ao consumir?

Não muito raro, só se vamos dizer, eu estou no meu telefone e eu vejo uma coisa aí quando eu vejo o produto Aí eu lembro, mas eu nunca vou atrás pra pesquisa pra.

Q4: Você acha que se isso estivesse mais explícito, você teria interesse em ter essa visão do produto de alguma forma?

Sim, com certeza. Porque eu sou muito assim, eu acho isso uma coisa muito importante, saber para a gente saber o que a gente está consumindo, porque acho que na realidade a gente não sabe mesmo que a gente está comprando, como se falou, da onde vem o tipo de produção e acho que sim, se tem uma maneira para eu conseguir saber. Eu acho que com certeza eu teria interesse.

Q5: E você já deixou de consumir algo por causa disso?

Nada que eu possa lembrar especificamente assim. Eu lembro de que assim, quando estava crescendo, tinha algumas fases que aí, não compreí isso. Eu lembro de uma fase quando estava na escola, os pais todos na escola de gente que ou a bolacha Oreó tinha um tipo de droga dentro. Aí todo mundo não comprasse essas coisas bem. E quase fofoca, sabe? Não era nada sério mesmo sério mesmo? Eu acho que não.

Q6: Na hora que você está consumindo, você sente que você pode confiar naquela informação que está sendo escrita?

A acho que quando assim vamos dizer que eu vejo assim, sem teste em animais. Eu acho que eu acredito, vamos dizer 7030. Acredito, mas claro que tem aos e mesmo assim será. É, mas também como isso não é uma coisa que eu vou atrás, é assim. Pro ponto mesmo eu. Eu mesmo sei dizer que tinha e eu fiquei assim com muita dúvida se era verdade ou não. E se eu precisasse desse produto, provavelmente eu ia comprar com a dúvida ou não.

Q7: Você já teve algum contato com Sustainable Development Goals?

Sim

Q8: Por onde você esteve esse contato?

Quando eu estava na escola (no Líbano), eu acho que eu estava no 8 ano. Ou alguma coisa assim todo o ano na minha escola, a gente tinha uma coisa, uma competição de escrever um papel, um AC só e eles deram um dos SDGs pra gente escrever e ou se você ganhasse a outro país, não sei o quê? Então está nessa competição e aprendi muito sobre eu lembro muito dessa competição, acho que eu até passei para a segunda fase, mas aí não. Mas então eu estou estudando muito na escola. Mesmo sobre isso, mais fora da escola. Então aprendendo na escola quando eu vejo alguma coisa, eu lembro do que é, mas no meu dia a dia, assim, depois saí da escola, não fazem nada. Há assim a escola que eu fui era uma escola americana Internacional. Então assim tinha muita base de ensino americano ou inglês. Então, minha escola tinha muito dessa coisa de sustentabilidade e também eu acho que eles iam muito com a imagem. Vamos dar escola? Mas eu acho que mesmo sem isso, eles sempre tentaram ensinar gente assim, essas coisinhas importantes, então. Eu nem sempre tinha alguma coisa em cada ano.

Acho que até eu chegar no nono ano antes de entrar na High School todo o ano tinha alguma coisa ao redor disso para cada série. Então não é tão recente assim, uma coisa que já vem sendo abordada há um tempo.

Q9: Qual a sua visão e esperança acerca do nosso futuro neste sentido?

Eu acho que isso é uma coisa que eu penso quase totalmente agora na escola onde estou estudando, uma das minhas professoras é muito focada nisso. Então, sendo assim, com ficando estudando com ela, ela fica me ensinando muito e óbvio que é uma coisa que eu sempre penso, algo que eu acho muito importante também só vendo agora, olhando de fora da janela, o Sol que está aí. É assim, é óbvio, eu sei que. Até tem uma coisa errada que está acontecendo, que isso não deve ser desse jeito como está agora, mas ao mesmo tempo. Sinceramente, eu às vezes eu paro, eu faço, eu falo assim, eu penso que é que eu posso fazer? Tipo, vou, mas está bem, Eu não vou comprar sua garrafa de água tipo de plástico, mas aí. Vai ter 10000 pessoas que vão. Eu sei que cada pessoa consegue sozinho fazer sua diferença, mas muitas vezes eu acho que esse tipo de coisa, como já está tão grande tão. Assim fora do nosso. Se a gente conseguir pegar mesmo, eu acho que O poder mesmo está nas pessoas, mas no governo que conseguem passar a regras ou tipo algumas coisas que a gente tem que fazer aí para conseguir pro Público. Assim, 11 Público maior conseguem fazer mesmo essas coisas. Aí também chegam mais pessoas, mais pessoas ficam educadas neste tópico. E também eu lembro quando aprendi as SDGs que era para 2030 Eu lembro quando aprendi em 2011 eu pensei Claro que vão estar todos realizados já vai tá tudo OK? Agora, em quase 5 anos vamos chegar e eu já estou nossa, não vai chegar não, então. Em sua opinião, eu acho isso mesmo muito importante, mas eu acho que a coisa mais importante é ensinar às pessoas como fazer. Porquê? Eu acho que tem muitas pessoas que, se eles soubessem como fazer mesmo, eles iam botar um esforço para fazer. Porque ao final do dia estou, a gente está morando aqui todos juntos, a gente está vivendo aqui todos juntos.

Interviewed XII - Date: 25/04/2024 - Language: English (EN)

Beatrice Gallo, 31 years old, Senior Sales Manager, Italian / Spanish

Q1: Are you somehow involved with sustainability?

Unfortunately not. I'm not involved in anything. I wish I was more aware. I wish there was no wishing here. It's just that I procrastinate too much into getting involved in sustainability.

Q2: Do you feel that somehow you are influenced by sustainability in your daily decisions?

I would definitely say for example, I do and to recycle bottles. Whenever I go to the supermarket and buy vegetables and fruits, I always bring my own bags and I never bring extra plastic or I try to avoid buying vegetables that are wrapped in plastic already. I'll just get the fresh ones like the ones that are right. I'd rather go to the market rather than going to the supermarket. I'd rather eat organic food. Then food's coming from conventional farming. I try to make sure because obviously. Well, obviously it's not so obvious, but whenever we. When we, whenever we buy things from supermarkets, that is whether it's processed or whether it is. Is not, for example, certain types of products that are organic. We are essentially contributing to. The destruction of the planet? Really. In a different way. So I always try. I'm very mindful whenever I go to supermarket now from a standpoint of being at home and to recite like and and doing the, you know, putting plastic in one container, this one that the other, this one the other not really because here the bins downstairs is just only one bin and it does it doesn't do the they don't do recycling. So I try to find ways for myself to do that.

Q3: Would you say that when you make a purchase you usually go after information?

If we're looking from that perspective of electronics, no, I just focus on the value that it brings. I don't really focus on where it comes from. I guess I don't go for this information, but now that you are planting it in me makes me think.

Q4: Would you be interested in getting it on the product label more clearly?

Yeah. No, I definitely would change my perception for sure. If it was more visible.

Q5: Have you ever decided to not purchase a product because of sustainability?

I can't remember, but I think I do this consistently from the moment that I'd rather go to, for example. you know, organic shops and buy my products from there rather than buying it from a regular supermarket, for example instead of going to Seder and buying a toothbrush made of bamboo. And organic products rather than buying the plastic one from the supermarket so that's kind of the example that I would say.

Q6: Do you feel that you can trust the information that it's disclosed to you in products?

I mean, for example, now that I think about, for example, shampoos and conditioners and creams, I definitely would rather go for something more expensive. But where I see that. There are better nutrients inside of it. Rather than just. Any random cheap cream for example, and when I see that there's like a non animal tested or non tested on animals and all these things. Like, I feel more reassured, but do I rely on that? Partly.

Q7: Have you ever heard about the Sustainable Development Goals developed by the UN?

Yes, I do. I have seen it and it was when I saw my previous job. Yeah. When we had, it was actually a sustainability programme that we did and they showed us the uni can't remember now specifically what it was.

Q8: Would you be interested in knowing more about it?

No 100%, I do think this is. I mean I'm the type of person that I'm always open to learning. And putting myself in question and putting things in question and always being a big critical thinker, so why not?

Q9: How is your hope regarding where society as everyone it's heading to in terms of surviving on this sustainable or not path?

I think we're moving more. We're entering a phase of revolution. People are moving more towards. Healing themselves. And when you start healing yourself, you start healing everything around you. Because I'm a strong believer, everything is connected and when you start healing everything else around you starts healing. So we start being more conscious, more mindful. Of how we are with other people, but also how we are with nature and how we are with the Earth. So maybe I'm very optimistic. I'm actually now studying my master's to then go into the field of psychedelics and psychedelics to assisted therapy and working with plant medicine. And what I see in that is. What actually do they really help you heal? They accelerate the process of healing. So like healing, your traumas and all of that. And why am I saying this is because a part of it also gives you this strong feeling of being part of something bigger, not just an, like, individualistic person. So you become more altruistic, you become more compassionate. And you also start feeling that you are part of the collective system or like. There is no separation between plants, animals and people, so that will make you think twice before you start like it gives you a different perspective right because. Plants can live without us. We cannot live without the plants. OK. The earth, like we, is self destructed like we're destroying ourselves. We're not destroying the planet. We destroy ourselves, because the planet will renovate itself. And get back at speed once we've destroyed all of us. So I do believe that there is a shift in consciousness. Like there's a shift in perception. There's a shift in mindset. And people are becoming more aware. I think COVID was such a it was the pioneer. Because it made people really stop and look within and start introspecting. And This is why. There was a huge increase in depression. There was a huge increase in suicidal rate. There was a huge interest increase in mental mental illness, but that increase was necessary for us to really look within and realise we are all broken and we need to heal. So only through healing can we start. Changing our mindset towards everything else because we'll realize that, hey, like we need, we need to change and I do see that people more and more.

Interview XII - Date: 26/04/2024 - Language: English (EN)

Selam, 27 years old, Data Engineer, American (USA)

Q1: Are you somehow interested or involved with sustainability?

Yep, I am. I donate to a couple of charities monthly. I have a recurring subscription and I try to prioritize more sustainable brands whenever I buy things and just reduce consumption in general. I fly a lot. It is the worst thing I do for the environment, arguably. And so I did a lot of research a couple of years ago into charities that basically work to reduce greenhouse gasses and the effects. I think they're slightly better than carbon offsets is my personal opinion. I've looked into buying carbon offsets too, but from what I read, these. Donating to these organizations does more for the environment than the carbon offsets, which I actually believe.

Q2: Does sustainability in general influence somehow in your daily decisions?

Yeah, in general I try to use a little bit less energy at home. I'm very cognizant of like whenever I have my appliances running, I'm trying to. Be a little bit more European and not use air conditioning. Umm, although it is quite hard some days, but you know the windows are very effective. I live on the 8th floor so I do get a lot of wind. I'm going to buy one of those mosquito screens so that I can open my windows comfortably without these stupid bugs getting in and running my dishwasher periodically. I have my water heater on a timer so that it's not running all the time like in general. Also, electric electricity is more expensive here, so I'm just cognizant of that reason too.

Q3: Do you go after information that's behind the product that you are about to consume?

I do and I'm cognizant of a couple of things. I think the first you know there's a saying in English, it's reduce, reuse and then recycle and so a lot of times I'm weighing the benefit of buying potentially a more environmentally friendly option according to their production practises versus buying something that will last me long enough to where I won't need to replace it or buying second hand because I think I have to. My phone is going to stop receiving security updates this year and so I work in tech. I've got a lot of sensitive information on my phone and so I'm going to replace it. And I looked like a

fair phone. I don't know if you've heard of it. I was reading reviews on the camera on a lot of other things that are important to me and regarding processing and I don't think I can justify buying the fair phone for what I need. Especially because it's a many years investment, but what I will end up doing is when I go back to the US I will buy a second hand Samsung. Because second hand is still generally better than buying things new regardless, and it's all way cheaper. I don't understand how electronics are so much more expensive here.

Q4: When you go browsing for this information, you have a resource that you're relying on, or just Google in general and you find your own. How is it? How do you do this search?

I usually don't like videos, I don't understand this push towards video based content. I don't like hearing people talk at me, but I generally look for written reviews and also just Reddit discussions. I think any type of forum, but obviously Reddit's the most popular one and so it's easiest to find. To see people's experiences and random issues they've had with it, like the main the biggest driver away from the fair phone for me was the. The camera has really good hardware, but their software is so bad that people are downloading the Pixel software which is less than I can do. But I don't like dealing with apks and like rooting my phone, which I technically already have, but it just ends up being. I guess more than I personally want to do. And whenever people were talking about longevity too, I was like, I really have my phone for being, I don't know, four years old. Works fine. I have no issues with it. It's really the security that I'm most worried about because I am a data engineer and I deal with a lot of sensitive data. So yeah, if it wasn't for that, I'd probably just keep it and I wouldn't mind a nicer camera. But I'm not honestly sold on buying just for that. As an aside, I highly recommend Reddit for anything that you might be interested in. That's actually how I moved to Portugal. I found I was on a subreddit called I want. Ouch. I think. And while people were talking about different paths to immigration, I found the visa that I used to move to Portugal and the Facebook group that had like every step written out onto how to get the visa. In a timely manner and it was just so much I wouldn't have known about it otherwise. And it was so much easier than. Any other social media site that I would

have guessed also because you know people who have similar interests generally have different knowledge about it. So very helpful.

Q5: Would you be interested in having this information disclosed in a way like a more clear way in labels or so?

I think it would be. I don't necessarily think so. I trust the businesses to disclose everything, not just because you know, they obviously have a primary goal of selling things, but also because they're really biased. And I prefer having like the third party view of anything really, but especially of different products, because Samsung's going to say that this is their best phone ever and it probably is. But that doesn't really mean anything for you know what? I want to use it for? Like is their best phone ever. A better camera than other phones. Is it, you know, easy to hold in your hand? I think phone screens are way too big now, and I don't want anything that's more than like. At 6 inches. But that's getting increasingly harder to find. I don't have huge hands. I'm a tall person, but my hands still are like, not giant. I don't know. And I want to hear, you know, other real experiences with that from people who are not getting paid by Samsung or whatever company. I'm doing a lot of research on certifications for my job and it's very interesting. The intersection of certifications that are Useful and certifications that are valued. And then a lot of the things that people can learn don't have official certifications, but they're still very valuable, so.

Q6: Are you familiar with sustainable development goals? Have you ever heard about it?

Yeah, I mean, I look for. I look a lot like B Corp certified companies when I was job searching a couple of years ago. I looked into that and kind of all that goes into it and also ways that people ways that companies greenwash. So whenever I see anything related to sustainability goals, I always kind of look into what does that actually, how are they bringing themselves accountable. And I guess like? Their motivations for doing it, because sustainability for publicity isn't the same thing as sustainability for the world.

Q7: How was your contact with Sdgs in general like or you just like it popped up in front of you at some time or did you learn somehow?

I think mostly while I mean I've worked in corporate America for a while, so I've always so vaguely just had contact with them for several years, but I think it was more while I was looking into what B Corp certification means that I thought about it more because. There is definitely an intersection of companies that have sustainability goals for, like certification versus just. Yeah, any other. Myriad of reasons.

Q8:How are your feelings and hopes towards our future?

I don't have a lot of faith. I mean I think the one thing people generally get wrong is that demise is on a different time scale than our human lives. So when I say I don't have faith, I don't mean that I think the world is going to end necessarily before I die. But I don't think that we have many more habitable years on this planet without drastic action. And I do mean like extremely drastic, not primarily directed at individuals, but. Umm, I think towards societal structures that we might rely on or just don't know about and I have no faith in them to change, especially for the greater good. Admittedly, I had more faith before I started working in tech, and then the more people I've met, the more I'm like, wow, I have no faith in anyone that is quick to finish. The more people I've met I especially like. Meeting more like directors and CEOs that are generally blinded the further they get in their career from the plights of young people one and like common people too.

Interviewed XIV - Date: 26/04/2024 - Language: English (EN)

Paul Raunitschke, 24 years old, German, Educator at the German School in Lisbon

Q1: Are you somehow interested or involved with sustainability?

So regarding interest, I would say definitely, like regarding political measurements. Personally, behaviors during the day that get influenced by friends or my personal interests, that's for sure involved. I would say not a lot, just at my work as we have like the EC, the ECOSOLAR, what means that we have a like. We have a reward. For being ecologic, sustainable and for this we have some measurements that I need to kind of take care of and to. Act like this so there I'm involved. But personally and privately, I'm not in a group or not in a club regarding sustainability.

Q2: What is this project in the school about?

It's the whole school. It's just to give you an example. Like we have rules for how long the water can be on. Then we have rules for how we treat each other. Our lunch, then. How do we recycle our trash and these things? It's for everyone. It's like a behavior code you know.

Q3: Would you say that you see that this brings a light on the kids mindset or it's more like an effort that probably at some point hopefully will change something?

What is your perspective on it?

I mean, it's really nice because of course it will give the kids some input of reflecting and of already getting knowledge because. I think otherwise they wouldn't come up with this topic that easily. So when someone is telling you this is important, they already get a clue of like, oh OK, this might be really important for the future. And of course through this there will be new actions from the kids when you come up with what topics are important for you, what do you want to do? It's nowadays already. Things for them to act like this, like saying like, ah, but we could do something for recycling. We could do this. We could save some money and make a donation. And regarding sustainability or there's something new that kids are doing, ATV series like short video clips regarding to in the school, how you can be better, sustainable and then it's republished once a month. For the whole school and it's in the 4th grade. So there was the idea from the

kids. Interesting. In the end I will come up with a question that it's also more regarding how we see it in the school, but I won't jump to there yet. So I'll come back to you.

Q4: Would you say that sustainability does somehow influence your daily decisions?

It is unfortunately really weak. Not as powerful as I think I would like to because my daily decisions are still based on. Not only sustainable things, for example, I still go to Lidl to do my groceries while it's not sustainable because there are better options that I can go on for doing groceries. One example, buying clothes like I'm honestly not in the not taking Willy, Willy, sustainable decisions in my daily life regarding how I consume fashion. Especially fast fashion And I think I have little moments in my daily life. Where just anybody takes apart.

Q5: Would you be interested in having access to this kind of information disclosed on the product in a more clear way?

Like, really like. Yes, definitely. I mean for example the description of vegetables and fruits. Or meat or fish. All this stuff. It's like, really important. I would say that I take care. For example, vegetables that come from really far away, I try to not consume for example. Like pineapples, or at least trying to consume as little as much or when it's crazy cheap, you know, but of course the information is really important

Q6: Would you say that you go for information of what's behind the production of the product?

So like, I'm not informing myself like one example. I have an Apple product and I'm not going deep into how sustainable production is of the Apple product that I have. But what I'm doing is I go for more second life products that are definitely more sustainable. And regarding these companies of course I get some knowledge because I want to know how the company is doing. To renew the products and how I can trust them that I still got a good product? Yeah. And of course, what is also important is that for me when people advertise that they are sustainable, especially also with electronics, I want to make sure that this company is sustainable and is not only aiming to make a lot of money and have a label on, you know.

Q7: Would you say that you in general, the information that it's disclosed for you in some kind of products, would you say that you can trust it like in general, do you trust it or not?

I really trusted, I think. With my knowledge, I know that some things are just limited and sustainable. For example, the label on food that is like saying bio. I can't trust it, but just because I know what it means, you know, so I know how they get the label, what the label actually means and. So of course this label I can trust because I have to know what it means to get the label.

Q8: Are you familiar with the concept of THE sustainable development goals, the SDGs?

No, never heard. Also not in the school, maybe it's because I'm also working in a primary school. Because it's maybe too abstract for like 8 years old. People are kids. Maybe. But also another thing is like I'm not involved in it, like there we have a group at work that is organizing this and I'm not in this group involved. I'm not a member of this.

Q9: How are your hopes towards our society's future?

OK so my hopes I will share with you first is that. There are way more strict measurements. In the form of politics in daily life, what does it mean for me? Production needs to be controlled. On the focus of sustainability. What, on the other hand means there should be some measurements for companies as Apple that how they treat their electronic devices afterwards that they provide more options of. Doing second hand, but on a focus more on sustainability and all this stuff, but also that there is a proper labeling of where things come from in a supermarket and then there also are some measurements but means. The focus should be more like control of rich local food. Like these things should be way really really supported. What means in the end that maybe other products are not even worth it anymore to come to our countries. Umm, these things I think would be really nice. The same goes for fast fashion. I think it's really nice when there are really strict laws for the companies you know, so that in the end the consumer. Doesn't matter what kind of level of education can be a part of

making something great. You know, because consumption is probably the main focus for a lot of things, but a lot of people do not have any access to knowledge. Or no interest. So this is nothing that we need to judge. So I think there should be proper measurements more or less. And what I think is like that we just continue how it's going now. A lot of things are just labeling and not really helpful. But what I really think as well is that the current generation, especially young people, are really, really well educated, especially in the West like Europe. From my perspective as a white European guy, I don't know how it's a lot in other countries, but I really see that there is a really big movement. And of course, this is also a nice hope. But Yep, as I was sharing with the politics, politics are really, really focused with wide opinions. White old men's opinions and always the lobby's crazy, you know? So it's like it's tough, I think. To come to what I was sharing before with these measurements, you know that I would like to have so that like my father, 67, with a little money can be sustainable without needing to inform herself. Because all her, because all her products in the supermarket, even when little are from Portugal, for example. With what she's way more sustainable? Instead of buying the fish in a needle that is from Turkey. This is what I think it's nice.

Interviewed XV - Date: 29/04/2024 - Language: Portuguese (PT)

Vitor Belota Gomes, Brazilian | Head de Sustentabilidade e Educação Inovadora - Grupo Splice & Fundador ONG Litro de Luz

Q1: Como nasceu esse seu interesse por sustentabilidade, por essa área?

Eu acho que é um mix. Vou tentar resumir assim, mas eu acho que existe um primeiro passo que é no lugar de uma competência mais sócio emocional não tão técnico que eu acho que vem de casa, vem de família, não é? Então vem acho que de fato do meu pai ter vindo de um lugar muito pobre. E eu sempre ouvi, não é mesmo? Vindo de um lugar de privilégio que os meus pais puderam me proporcionar. Eu sempre ouvia as histórias que ele me contava. Assim meu pai vem de Padre Miguel, na zona norte do Rio de Janeiro, então vendia geladinho na rua com 9 anos. Enfim, uma realidade completamente diferente da minha, então acho que um pouco essa provocação e também porque eu via meus pais eram muito, muito trabalho sociais e vários natais da minha casa, por exemplo, eu lembro que a gente não passava o Natal em casa e nem trocamos presente. A gente passava o Natal em creches, então acho que isso tudo muda, né? Aí foi moldando o Victor como ser humano assim, para ter um olhar um pouco mais atento para essas coisas. Do ponto de vista mais técnico, eu nunca tinha ouvido falar muito sobre isso e nem na universidade. Eu me formei em administração, na estadual de Santa Catarina e me formei em direito na Federal de Santa Catarina. Isso foi tema de aula ou nunca foi focado nisso. E eu comecei mesmo depois que eu realmente fui para o Quênia fazer voluntariado em 2012, 2013 pela AIESEC e fiquei lá durante 3 meses, aproximadamente, quando eu e aí para mim foi uma explosão assim mesmo, né? Foi quando eu realmente consegui entender com muita clareza a profundidade dos meus privilégios como enfim, branco, hétero, CIS, classe média alta com todos os acessos que eu sempre tive por causa de todos esses privilégios com muita facilidade. A expectativa de vida era de 32 anos de idade. Então imagina que loucura? E aí voltei para o Brasil muito movido por esse sentimento, mas ainda não tinha conhecimento técnico nem nada, mas fundei então o Litro de Luz em 2013 e logo depois me tornei Presidente, foi a hora que eu também entendi que era preciso me capacitar para isso, não é? Já que eu quero ser Presidente de uma ONG, preciso entender. Segundo, assim que comecei a estudar, comecei a fazer alguns cursos. E eu cito que eu comecei aqui que quando eu decidi mesmo que esse minha profissão de vida foi muito quando eu vi, é isso assim,

acho e o quanto isso estava gerando não só impacto, mas gerando valor compartilhado para todas as partes, né? Então enquanto estava treinando voluntários, eu entendo que enquanto a gente estava atraindo patrocinadores, o quanto isso poderia também ser uma renda para mim é e aí eu acho que há um há uma grande também um grande momento na minha vida, como empreendedor na área de impacto, tanto intra empreendedor como empreendedor. Eu acho que foi o que eu também descobri, o conceito de negócios sociais ali do remédio, anos que foi quando fui trabalhar, nem um social Business e Ela Foi uma grande Marco na minha vida também, entendeu? E que tem como você fazer negócios e gerar muito impacto e ser bem remunerado por isso. Então, isso foi um momento de também marca de sair da minha trajetória.

Q2: O litro de luz ainda existe, como ficou?

Existe, está maior do que nunca. A gente está e eu fui Presidente do litro oficialmente de 2014 até 2017. Se eu não me engano. A completam 3 anos, em 2017, como dela e se gasta para se tornar Presidente, que era a nossa diretora da sala de São Paulo e eu fiz um trabalho muito de trazer recursos, não é? Então foi para a gente, ganhou o prêmio de Sanabio, que foi uma prevenção 100000 USD. Nessa NOS preços podem viver uma das várias premiações no setor. Assim na ia. Aí, só que na época eu já tinha sido convidado pela Yunus para trabalhar em Unidos e eu queria. Eu não queria ser o Vítor do Litro de Luz, assim, sabe que ele tem uma carreira mesmo diversa dentro do setor. Há como dela este assunto para ser Presidente, entrei na euros e a gente depois abriu. Depois de 1 ano, a gente abriu o Conselho do litro de luz, do qual fiz parte também por causa de 5 anos. E, desde então, o litro de luz cresceu muito, muito pelo trabalho da Laís. A Laís foi uma Presidente assim, incrível também para trazer processos, trazer escala, e isso foi muito, muito forte. Aí. Hoje, quem era o Vice Presidente na época dela, que era o ex de Rodrigo Hei, de vir o atual Presidente. A gente tem grandes patrocinadores. A gente hoje já impactou a imagem. A gente já implementou mais de 4000, né? Soluções e 4 da vida de mais de 25000 pessoas só tem crescido assim, não é? A ideia é só fundação, os nossos, o nosso budget, os nossos patrocinadores, o nosso impacto, tudo isso só vem crescendo assim. Não sai do Concelho sair do Conselho faz 2 anos ao Conselho. Tudo tem que ter um ciclo na Presidência. Conselho, todos têm um ciclo. Eu já tinha ultrapassado o ciclo do Concelho, na verdade é, é e aí a gente ia, a primeira a eu fui da

primeira leva de conselheiros que entrou EE dessa primeira leva ao ar. O último foi dos últimos a sair também e agora a gente renovou Conselho que é super saudável, é super importante. Foi até em promoções. Assim foi ótimo dia que eu tive uma relação formal mesmo, né? No papel gera 5 l, mas eu continuo muito próximo, então há, por exemplo, Hoje há Hoje eu acabei de fazer um comentário do LinkedIn de uma ação, por exemplo, entre prisma e que patrocinava um projeto que eu estou que eu realizo, AE que eu apresentei a prisão política e a prisão virou patrocinadora do livro de Luiz. Agora há um ano participei de ações do litro de luz, então continua sempre. Para de até pela história do fundador, não é do litro de luz que isso acaba sempre. Sempre vai me deixar conectado. Usei muito importante na minha vida, sim, então aí, eu também fui, portanto, na vida do litro, então a gente está sempre 40 Estados assim.

Q3: E você sente que no seu dia a dia a sustentabilidade está presente também de alguma forma? Então, para além do trabalho?

Claro, com certeza, mas é eu estar presente de muitas formas assim, não é? Então eu acho que depois que você abriu assim, não é? Pode ser isso, pode só consciência. Você não pode só para uma área, não é para uma esfera estabelecer isso pode para todas, né? Então, hoje o Victor que trabalha com sustentabilidade, ele não é o Victor, só não é muito empresarial, não é pá, eu tenho seu todos os meus feras para mais, depois de ter me tornado painel, os pais de. De 2 medidas assim, então são apoio, só uma esfera muito, muito postos para mim, não é? Então, por exemplo, eu implementei um condomínio que eu moro em todo sistema de compostagem. Hoje a gente não joga mais lixo orgânico num nicho, não vai mais para ter sanitário e foi bem legal. Você já fez umas contas aí de mais de 30 toneladas de resíduos orgânicos e foram editadas por a gente tem implementado isso no condomínio a. A Atalhos não é a roupa que eu uso mais baixo das outras que eu uso e das medidas minhas filhas usam roupas de brechó ou são roupas, por exemplo, de marcas específicas que trabalham com algodão orgânico, por exemplo. A tudo, desde alimentos que a gente consome, não é uma alimentação mais saudável. Alimentação na medida do possível, também mais orgânico. Então assim são tantas microesferas, não é? Mas eu diria que a sustentabilidade Hoje ela permeia minha vida em vários aspetos, quase todos, todos os produtos em peso aqui, caso biodegradáveis, são da positiva. Estás seja da pasta de dente ao desinfetante, tudo é

biodegradável a. Enfim, então são vários Pequenos Detalhes que a gente tenta trazer para vida, para se tornar mais coerentes, sabendo que a gente nunca vai ser 100% gente, está sempre nessa busca é pela. Pela coerência. Sim, com certeza, e quando você vai, por exemplo, escolher, né? Deseja um novo no novo segmento, um produto ou então fazer uma compra maior de um produto mais valor. Você também busca essa informação mais votada, não é por trás do produto de alguma forma. E se você busca onde se busca normalmente é onde está essa informação no Google mesmo logo e vão ver ou ter uma pessoa alguém que você corre para isso. Eu acho que assim já tenho alguma. Eu já tenho um certo conhecimento da área, né? Então geralmente tira sei quais são as empresas que eu acho que eu não estou muito no recorte tradicional, não é de pessoas que ainda passam pesquisar sobre eu, geralmente já sei quais são as empresas mais sustentáveis ou não. Não é por estar muito presente no setor, mas, por exemplo, eu prefiro muito empresas B, por exemplo, né? Então se eu vejo que é uma B Corp, já ganha muitos pontos para mim, eu já sei que estão, por exemplo, a própria na dentro da minha própria empresa. A gente colocou uma política que todos alugueis de carro tem que ser pela movida. Convida abrir Corp à que é da enfim, unicamente corte, não é a empresa de aluguer de carro que a empresa BAÊA gente compensa todo o carbono que a gente imite, com que a gente imite dos alugueis de carro e ou, por exemplo, fazer uma e, claro, tem, tem tem, tem marcas que não se posicionam tanto dentro desse aspecto. E aí eu vou pensar num produto específico, né? Então vou comprar condicionado. Eu realmente busco o ar-condicionado mais econômico não é o meu motivo para a sustentabilidade para economizar também. Qual conta de luz há? Eu estou pensando que foi uma compra que eu fiz há pouco tempo, saiu e têm maior que você mencionou assim. E aí aumente aí você tem cara se no seguinte ajudou isso, não é? Então tem o selo de eficiência energética. Você tem selos como selos B Corp é Oo, por exemplo, a se vai. Eu estava começando com um empreendedor há pouco tempo que mudou o escritório dele para outro local, porque o prédio novo onde ele tem ele está tem certificação Lídia máximas e certificação leed. Então acho que essa importância sabe de alguns desses certificados que ajudam a gente a tomar essa decisão mais rápido. Mas eu diria que no geral é isso no geral, eu eu priorizo muito empresas que são empresas b, empresas que eu vejo são bem atuantes na enfim, nesse ecossistema de impacto.

Q4: Então, em um produto onde já exposto algum tipo de informação e às vezes, de algum, de alguma fonte que você não tem tanta familiaridade, você tende a confiar naquela formação que te tem exposto ali? Qual a sua confiabilidade?

Eu acho que depende da informação assim, né? Se ele funciona assim, então, por exemplo, a. Se a informação é, por exemplo, que a. Daquele produto é carbono neutro. Não é que em bons planos pagam embalagem, produzir se ele acabou no dia, outro que ele diz que ele é 100% e ciclável ou enfim, algumas informações assim eu tendo a acreditar e por isso, realmente quando são marcas um pouco melhores que eu sei que hoje em dia o teto, o teto, a Parede do chão e tudo devido, né? Então a tendência é que você se posicione dessa forma, mas essa formação digo Watching dando ele é muito severo para Marte, não é? Então eu acredito, sim. Como consumidor agora, dependendo da informação, principalmente, por exemplo. Assim, informação às vezes sobre esses produtos é mais saudável e menos saudável, e eu já sou bem mais crítico assim, sabe-se informações nutricionais. Eu sou bem mais crítico que eu, porque gosto muito do Tema na pandemia. Eu fiz uma pose, né? E nutrição. Alimentação saudável e empreendedorismo, então também na PUC Rio Grande do Sul, então eu também se podia muito bem consciência em relação ao quanto de informação assim sabe, tem dentro desses outros, da forma que se comunicam, mas no geral, se é mais nesse aspecto. Depois da sustentabilidade, eu tendo eu tendo a confiar mais, principalmente se tem um selo que comprova isso, não é? Eu sei que tem um processo de auditoria que eu sei que tem um processo daquelas informações.

Q5: Você é familiarizado com as SDGs? Como você teve contato com isso?

Claro já. De um milhão de formas, não é a pauta mais popular. Vamos dizer assim quando se fala de sustentabilidade, eu, como executivo, de sustentabilidade, falo disso o tempo inteiro, né? Então a tensão das ODS não é? Desde os objetivos do movimento do milênio que vieram antes das ODS até ao nascimento das ODS. É algo que eu venho lidando todo dia, com muita frequência. É até difícil lembrar de como, mas assim eu até, por exemplo, agora pouquíssimo tempo eu entreguei um evento enorme pro Sicredi. Ele tem uma parceria global, por exemplo, com Os Smurfs, que lá fora são os embaixadores da zona s. A é um evento inteiro. Era, por exemplo, com a temática das 10, não é todo

evento da curadoria dos 3 dias de evento, era só sobre as 10 e as metas dos EUA. Já a gente tem vários treinamentos, workshops que a gente desenvolve dentro da empresa, que tem como, por exemplo, uma das principais, um dos principais norteadores, né? Às ODS, eu criei um guia para todos os projetos que são realizados na empresa para que as pessoas possam classificar qual a meta específica, qual submeta específica dentro qual das 167 metas. Específicas dentro das UBS que aquele projeto se refere, né? Então a gente criou um guia até de como olhar, então eu olho projeto. Eu acho que é sobre essa temática, tal eu vou pesquisar mais a fundo do que aquela dessa número 4, por exemplo, educação. Quais são as suas metas? Não é? Quais são essas sub metas e que não há, enfim, a matemática para quem é do setor é matemática muito, muito popular, mas uma coisa que eu sempre gosto de falar. Aqui para mim. Hoje, infelizmente, a gente tem muita conversa e pouca ação e tem muita, muita fala sobre essa DS. Mas Hoje até Hoje, por exemplo, a gente só que eu só 15% das ODS, a gente está na Na Na direção do Sol, que é 15% das 10 à então. Assim, obrigado que achou dessa, eu sempre falei isso nesse momento, agora foi um foi foi um foco mesmo nativamente, o que acha dessa? Elas só são mapa, elas só são mapa de como você pode chegar até um destino, mas se você não está emocionalmente engajado e super interessado, em dia.

Para ver se ia chegar a esse destino, não é atravessar o oceano e chegar do outro lado. Não adianta nada. Se tem esse mapa de como chegar lá e é isso que acontece para mim. Os adição mapa mas que infelizmente AA. Enfim, o mundo ainda não, não, não, não entendeu de forma tão clara a gravidade dos desafios que está enfrentando e por isso ainda haja muito pouco respeito.

Q6: Como que você vê, é onde você acha que está essa virada de chave, então? E o que podemos fomentar para trazer engajamento dessas pessoas para esse tema, sabem?

Sim para mim, acho que o principal gap que existe hoje para justificar a inação das pessoas é porque a forma que a gente comunica sobre as crises climáticas ou desigualdades sociais. A é uma forma hoje que não tem sido bem-sucedida, não é que é basicamente o que a gente coloca, é. Há aqui 2000 Campos de futebol foram desmatados em Sabes, Sei Lá, tem previsões aí de 100000000 de refugiados climáticos e são dados tão grandes, tão assustadores que geralmente eles colocam as pessoas em 2

Estados diferentes. Não é que é? 3 Estados até aos cinemas ou em estado de impotência de focar-se se é tão grande e tão difícil que cara que isso eu sabe quem é Vitória, quem é o Victor para agir sobre isso e colocou as pessoas no lugar de importância de falar muito mal do que eu, então não adianta fazer nada. A outra isso ou isso coloca a pessoa no lugar de terceirizar e colocar para outro, não é? Então a isso vai ser um grande político. Vai ser algum grande empresário, vai ser alguma outra pessoa, algum cientista ou inventar uma solução que vai resolver todos os problemas, então você também terceiriza ou a pior de todas. É então no lugar da negação que o negacionismo é a pessoa que nega toda a ciência por trás disso. E falando Gênesis, isso é fake news, isso é tudo, enfim, Vinci AE, Hoje grande parte das pessoas, elas estão nesses 3 Estados. Na minha opinião, elas estão no eixo assim ou ou ela se sente impotente, só elas terceirizam ou elas negam muito, muito poucas. A Gina e eu acho que está faltando para isso. Essas pessoas também têm uma noção muito mais clara. De como o que está acontecendo não vai afetar a vida delas e das pessoas que elas, que elas mais amam assim, sabe? Eu sinto que se as pessoas tivessem noção, todo mundo agora poderia ver 11 cena aí de Sei Lá, 30 anos à frente há muito tempo, não só daqui a 30 anos. Acho que todo mundo saiu correndo como um louco para mudar o que está fazendo agora. Sabe? Porque eu acho que ninguém deve isso. É horrível as catástrofes climáticas que a gente vai passar a sofrer muito em breve. Na minha visão, não é? E tinha acordo com os meus estudos assim. A, então acho que um é isso, um é esse, é esse conhecimento é mais profundo sobre o que está acontecendo para que? Através deste conhecimento, as pessoas podem se engajar emocionalmente, se conectar emocionalmente com problemas no lugar mais simpático que eu acho que é isso que falta, sabes? EE, todo mundo vai sofrer. Claro que é pobre, vai sofrer mais, mas todo mundo vai sofrer muito com as, principalmente com as crises climáticas. Não é que estão por vir na minha visão. Então acho que não é isso aí. O outro entender também ao mesmo tempo está bom. Então, então, quais são os caminhos práticos? Sabe eu brinco assim que há uma escada, se o próximo degrau é muito alto no mercado, é um muro, né? Então a gente tem que parar de trazer só degraus tão altos, então está como que qualquer ou o primeiro passo. Como que você com Vitória já pode ir, né? Ser mais sustentável dentro da sua casa de forma prática. E você entender sistemicamente como que se impacta a todos e sabe, então eu acho que. Trazer também mais a estudos, tanto a nível pessoal quanto a nível. É profissional, atitudes

mais sustentáveis e mais generativas que sejam simples. É um processo importante também nessa transição.

Q7: Quais são as suas esperanças tendo em vista esse caminho todo e para onde nós estamos caminhando?

Boa a abrigo que eu vivo numa montanha-russa, sinceramente de sentimento. Eu estou com uma completa esperança, eu estou completamente. Desesperou Sousa, sim, mas eu diria que. Se fosse muito, muito verdadeiro, eu acho que a gente vai ainda mergulhar em tempos muito difíceis. Eu acho que a gente tem no rumo a um planeta acima de 2 °C de temperatura. A comparação não é com a com a era para industrial e dos 14 °C, então a gente vai passar 16° céus e que nem fim de rock são os grandes cientistas e climáticos já afirmaram o planeta Terra como a gente conhece, nunca esteve acima de 16 °C nunca. Na história, na história de como a gente conheceu o planeta NOS últimos 3000000 de anos aí. Dos últimos 3000000 de anos e por isso, somente no Holoceno, NOS últimos 12000, a gente nunca viu o planeta acima de 2 °C. E isso eu acho que vai gerar. A crise climática e as crises sociais têm precedentes. Aonde? Há, muitas pessoas vão sofrer com isso e esse processo vai puxar um sinal de alerta de urgência. Há, talvez se a gente desse buraco, essa minha Esperança assim sabe? Eu estou na esperança de que talvez algumas grandes crises venham a acontecer aí, provavelmente até 2030 2035. E com essas grandes crises acontecendo realmente o planeta entendem, inclusive os grandes empresários que controlam a economia política. Entendam que eles, inclusive, vão perder muito mais, né? Com essas crises do que é se eles tivessem investido e regeneração tivessem investido em sustentabilidade. Já, eu estou com esperança de talvez com esse susto da humanidade, a gente resolveu mudar a nossa forma de lidar com o planeta. E essa é minha esperança, sim, mas. Deve tudo que acontece assim. A mesma esperança que a gente esteja contaminado pelas gerações. Passadas e que, na verdade, gerações futuras talvez estejam vindo com um novo olhar mesmo. Então, hoje você já vê, por exemplo, várias empresas. Onde a terceira geração está assumindo, já está imprimindo um de uma forma diferente. Esse negócio da então estou na esperança de que. Os jovens vêm cada vez mais, não é como para os estudos, dizem que vêm cada vez mais preocupados com essas temáticas. E talvez quando. Quando realmente o poder chegar nas nossas mãos, não é dessa geração a geração y, talvez esse pessoal realmente

mude mais forte e a chave agora poder estar chegando na nossa geração, na minha permanência dos milénios. Não sei qual a sua mãe, a minha milénios, a. E alguma mudança já está acontecendo, mas eu ainda acho que os milénios ainda estão muito, muito influenciados ainda pela velha história, sabe? A gente precisa de pessoas mais subjetivas ainda há.

E então estou na esperança de que isso aconteça, mas, mas eu não acho que o prognóstico vai ser um prognóstico fácil. Não acho que essa atração vai ser leve e nem sei se vai dar tempo, mas eu tenho esperança que sim.