

# O QUE O BRASILEIRO PENSA DO MEIO AMBIENTE E DO CONSUMO SUSTENTÁVEL

## Edição 2012

### Pesquisa Nacional de Opinião

Pesquisa realizada entre os dias 15 e 30 de abril de 2012

## RELATÓRIO FINAL

EXECUÇÃO



APOIO



REALIZAÇÃO

Ministério do  
Meio Ambiente



## SUMÁRIO

Equipe Técnica .....	4
PARTE I – Apresentação e Metodologia .....	5
APRESENTAÇÃO E OBJETIVOS.....	5
SUMÁRIO DOS RESULTADOS.....	6
INFORMAÇÕES METODOLÓGICAS.....	8
Notas para leitura dos dados.....	8
PERFIL DA AMOSTRA .....	9
PARTE – II- Resultados.....	10
RIO +20 e DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....	10
BRASILEIROS SE ORGULHAM DE POSSUIR RIQUEZAS NATURAIS E DA SUA GENTE.....	13
IDENTIFICAÇÃO DE PROBLEMAS .....	15
Problemas nacionais.....	15
Problemas da cidade e do bairro .....	17
Problemas ambientais no mundo e no Brasil.....	19
Problemas ambientais na cidade e disposição dos cidadãos .....	21
Responsáveis por solucionar problemas ambientais .....	24
NÍVEL DE CONHECIMENTO DO BRASILEIRO SOBRE MEIO AMBIENTE .....	25
Meio ambiente x economia? O posicionamento dos brasileiros.....	30
HÁBITOS DE CONSUMO DO BRASILEIRO.....	35
Hábitos cotidianos de consumo .....	37
Hábitos em relação ao consumo de água, energia elétrica e gás.....	41
Necessidades de deslocamento e intenções de consumo .....	42
HÁBITOS DE DESCARTE E RECICLAGEM – ATITUDES PRÓ-ATIVAS .....	49
PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE .....	56
Atuação de órgãos, grupos e entidades em Prol do Meio Ambiente .....	56
Como os brasileiros têm se organizado.....	62
O que os brasileiros estão fazendo pelo Meio Ambiente ? .....	65
NÍVEL E ACESSO À INFORMAÇÃO SOBRE MEIO AMBIENTE .....	67
TABELAS.....	70

RIO +20:.....	70
• Conhecimento sobre a Rio+20 por região.....	70
• Conhecimento sobre a Rio+20 por escolaridade .....	70
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL.....	71
• Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por tipo de setor censitário 71	
• Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por sexo .....	71
• Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por idade .....	72
• Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por escolaridade .....	72
• Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por renda.....	73
PERCEPÇÃO DO MEIO AMBIENTE .....	73
• Reconhecimento de elementos como parte do meio ambiente.....	73
CAMPANHA CONTRA O USO DE SACOLAS PLÁSTICAS.....	74
• Em sua cidade há campanhas para reduzir o uso de sacolas plásticas? Por região.....	74

## Equipe Técnica

### **Equipe Responsável:**

Samyra Crespo (coordenação geral MMA)

Patrícia Mendonça (coordenação executiva)

Antônio é Antônio de Pádua dos Santos (Coordenador Geral-CP2)

Roseli Maia (Coordenadora de produção-CP2)

Gustavo Santos (Coordenador Técnico-CP2)

### **Contatos para esclarecimento:**

Patrícia Ramos Mendonça: [patricia.mendonca@mma.gov.br](mailto:patricia.mendonca@mma.gov.br)

Roseli Maia: [producao@cp2.com.br](mailto:producao@cp2.com.br)

**Nota:** a pesquisa foi encomendada à CP2 mediante licitação nacional realizada pelo PNUMA-Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente nosso parceiro técnico. Contou ainda com a colaboração de técnicos em pesquisa da Pepsico, do Walmart e da Unilever que também apoiaram a realização de um estudo qualitativo sobre consumo e mulheres, divulgado dia 31 de maio no Rio de Janeiro. As duas pesquisas, uma qualitativa outra quantitativa fazem parte de uma cooperação entre o governo e o setor produtivo, no âmbito do Plano de Ação em Produção e Consumo Sustentável, lançado pelo governo em dezembro de 2011.

## PARTE I – Apresentação e Metodologia

### APRESENTAÇÃO E OBJETIVOS

Este relatório é fruto dos resultados da 5ª edição de uma pesquisa brasileira que investiga a percepção da população brasileira acerca de questões concernentes à temática ambiental. A grande diversidade de assuntos estudados permite construir um panorama da forma como os brasileiros assimilam a problemática ambiental ao longo do tempo, nos âmbitos mundial, nacional e locais. Exemplos dos tópicos aqui presentes são: a *preocupação e disposição para tratar do meio ambiente*; *biodiversidade*; *hábitos de consumo*; *hábitos de descarte de matérias*; *atuação do poder público voltada para questões ambientais*; *grupos e organizações de proteção ao meio ambiente*; e *nível e acesso à informação*.

A pesquisa conta com uma análise atualizada de questões gerais em série temporal de 20 anos (1992 – 1997 – 2001 – 2006 – 2012), assim como temáticas específicas e contextuais de cada edição. Nesta edição de 2012, foram trabalhados especificamente, o *desenvolvimento e consumo sustentável*, principalmente à luz do debate contemporâneo que guiou a reunião *Rio+ 20 - Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável*.

#### Objetivo Geral:

Mapear, através de pesquisa quantitativa nacional, as percepções da população brasileira sobre as questões ambientais, a fim de construir a quinta edição da série histórica “O que o Brasileiro pensa do Meio do Ambiente”, iniciada em 1992. Além disso, dar enfoque especial aos temas *desenvolvimento e consumo sustentáveis*.

#### Objetivos Específicos:

- Produzir um painel completo de informações públicas sobre consciência ambiental no Brasil;
- Conhecer os hábitos de consumo da nova classe média brasileira;
- Produzir série histórica comparável a dados de outros países;
- Subsidiar a criação de estratégias para a implementação do Plano Nacional de Resíduos Sólidos e Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis.

## SUMÁRIO DOS RESULTADOS

Nesta seção são apresentados alguns dos principais resultados obtidos na quinta edição da pesquisa, construídos a partir de estudo representativo da população brasileira adulta, residente em áreas urbanas e rurais de todas as regiões. De modo a formar um panorama comparativo de 20 anos, a atualidade das questões que permeiam o contexto do ano de 2012 é colocada em diálogo com aquelas obtidas nas demais edições realizadas. Dada a complexidade e extensão da pesquisa, para a compreensão satisfatória dos resultados indica-se a leitura do relatório completo.

**Continuidade da evolução na consciência ambiental dos brasileiros.** Como já era possível observar nas últimas edições, a pesquisa mostra claramente uma evolução significativa na consciência ambiental dos brasileiros. O grande indicador desta transformação positiva está na diferença do número de pessoas que espontaneamente sabiam mencionar um problema ambiental no Brasil, na sua cidade ou no seu bairro: em 1992, 47% dos entrevistados não sabia identificar nenhum problema ambiental e em 2012, 20 anos depois, esse número caiu para apenas 11%. Além disso, em todos os gráficos comparativos relativos à série histórica, os percentuais de percepção de problemas ambientais são crescentes, o que permite inferir que cada vez mais os brasileiros mostram-se capazes de identificar as consequências destes problemas e atribuir importância a seu enfrentamento. A noção majoritária acerca do conceito de *meio ambiente* é também cada vez mais ampliada e os brasileiros, cada vez mais, tendem a sofisticar suas análises de problemas como lixo, saneamento e outros problemas urbanos: se antes eles eram pensados como apenas danosos àquilo que estava distante dos centros urbanos, como grandes áreas verdes isoladas, hoje são encontradas relações diretas destes temas com o *bem estar* individual e vida em comunidade.

**Visibilidade de conceitos e acesso à informação.** É possível observar que conceitos sofisticados como “desenvolvimento sustentável”, “consumo sustentável” ou “biodiversidade” já fazem parte do repertório de muitos brasileiros. Além do mais, pode-se inferir que este percentual tende a evoluir à medida que as mídias televisiva e *online* (meios entendidos como predominantes na busca de informação) vêm dando mais espaço ao tema, traduzindo para o dia-a-dia a aplicação de tais conceitos. Por outro lado, a aparente pouca percepção sobre as ações do empresariado nacional e o pouco conhecimento sobre o que vem a ser uma “empresa cidadã” denotam problemas de comunicação e transmissão de informação destes aspectos. Desde o início da década de 90, as empresas tendem a ser o segmento avaliado de forma mais negativa pela população.

**Hábitos de consumo e descarte: o desafio da adequação de comportamentos.** De modo geral, os brasileiros ainda possuem hábitos

considerados prejudiciais ao meio ambiente, sobretudo no descarte incorreto de vários itens, na fase chamada de *pós-consumo*. Os resultados das questões relativas aos hábitos de consumo e reciclagem dos brasileiros indicam que políticas voltadas para a diminuição de consumo e melhoria de descarte de resíduos sólidos (como a campanha que buscou reduzir o consumo de sacolas plásticas) ecoam positivamente junto à população, provocando forte disposição para adesão. A série histórica indica, ainda, que campanhas pela separação de lixo, pelo combate ao desperdício de água e energia permanecem como *hot spots* e teriam grande aderência junto aos brasileiros.

**Rio +20 e agenda socioambiental.** Percebe-se a partir dos resultados da pesquisa que a noção do meio ambiente que prevalece entre os brasileiros, mesmo entre os mais escolarizados, está focada predominantemente na dimensão ambiental do desenvolvimento sustentável. A “proteção da natureza” é a síntese que mais se sobressai quando os brasileiros pensam na Rio +20, no desenvolvimento sustentável e em outros temas associados, demonstrando que a ideia de meio ambiente que se apoiaria em “três pilares” – *ambiental econômico* e *social* – ainda precisa ser demonstrada e divulgada, para que o ideário nacional deixe de desconsiderar as dimensões econômica e social do mesmo.

**Quem são os responsáveis por cuidar de problemas ambientais?** A visão de que o governo é quem deve cuidar de sanar os problemas ambientais ainda predomina sobre as responsabilidades das comunidades ou das pessoas. Entretanto, cada vez mais os brasileiros consideram o governo estadual e prefeituras como responsáveis por cuidar dos problemas ambientais – talvez por começarem a compreender o valor e responsabilidade das instituições democráticas governamentais na resolução dos problemas que lhes concernem. O entendimento mais aprofundado da localidade, da temporalidade e das consequências daquilo que lhes atinge também levam à exigência de ação, proteção e eficiência por parte dos estados e municípios.

**Predominância do pensamento pró-meio ambiente.** Os brasileiros não consideram a preocupação com o meio ambiente no Brasil exagerada e não estão dispostos a ter mais progresso econômico à custa de depredações dos recursos naturais. Quanto ao perfil que congrega a visão e o conjunto de ações mais pró-ambiente, observa-se que ele é formado por pessoas mais escolarizadas e residentes em áreas urbanas, independentemente do gênero e da renda.

## INFORMAÇÕES METODOLÓGICAS

**Metodologia de pesquisa:** Survey, metodologia que utiliza questionário estruturado com questões fechadas e abertas, passíveis de serem tratadas quantitativamente.

**Período de campo:** A coleta de dados foi realizada presencialmente nos domicílios, entre os dias 15 e 30 de abril de 2012.

**Amostra:** Foram realizadas 2.201 (duas mil duzentas e uma) entrevistas com a população adulta (a partir de 16 anos) residente em áreas urbanas e rurais do Brasil. A amostra foi estratificada por condição de trabalho (PEA e não PEA), sexo e idade. A um intervalo de confiança de 95%, o erro amostral máximo é de 2,1%.

O plano amostral foi desenvolvido através de amostragem por conglomerados em cinco estágios: região, estado, município, setor censitário e domicílio. Os quatro primeiros estágios foram sorteados pelo método PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho), considerando se o setor era urbano/rural e definindo as cotas de sexo, idade (conforme Censo IBGE 2010) e condição de atividade (conforme PNAD 2009) para seleção do morador e coleta das respostas.

### Notas para leitura dos dados

- Sempre que possível, os dados de 2012 serão comparados com as edições anteriores da pesquisa, realizadas em 1992, 1997, 2001 e 2006.
- Em alguns gráficos e tabelas, aparece a resposta “outros”. Essa opção refere-se ao total de respostas que obtiveram índices de citação muito baixo e, que, portanto, não serão consideradas para efeito de análise.
- As tabelas poderão ou não fechar em 100% devido ao somatório das questões de múltipla escolha ou arredondamento dos números no processamento dos resultados.
- Categorias que apresentarem “-” (traço) são aquelas onde não houve nenhuma citação.
- Os dados cujo ano não estiverem explícitos são resultado da pesquisa realizada em 2012.



## PERFIL DA AMOSTRA

SEXO	
Masculino	51%
Feminino	49%
IDADE	
16 a 24 anos	22,5%
25 a 34 anos	22,6%
35 a 39 anos	9,7%
40 a 49 anos	17,5%
50 anos ou mais	27,7%
GRAU DE INSTRUÇÃO	
Analfabeto ou sabe ler e escrever mas não frequentou escola	7%
Ensino Fundamental	44%
Ensino Médio	39%
Ensino Superior/ Pós Graduação	9%
REGIÃO	
Centro-Oeste	7,5%
Nordeste	28%
Norte	8%
Sudeste	42%
Sul	14,5%
RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)	
Até 1 SM	19,5%
De 1 a 2 SM	41%
De 2 a 5 SM	28%
De 5 a 10 SM	7%
Acima 10 SM	2%
TIPO DE SETOR CENSITÁRIO	
Urbano	87%
Rural	13%
SITUAÇÃO ECONÔMICA	
PEA	67%
Não PEA	33%

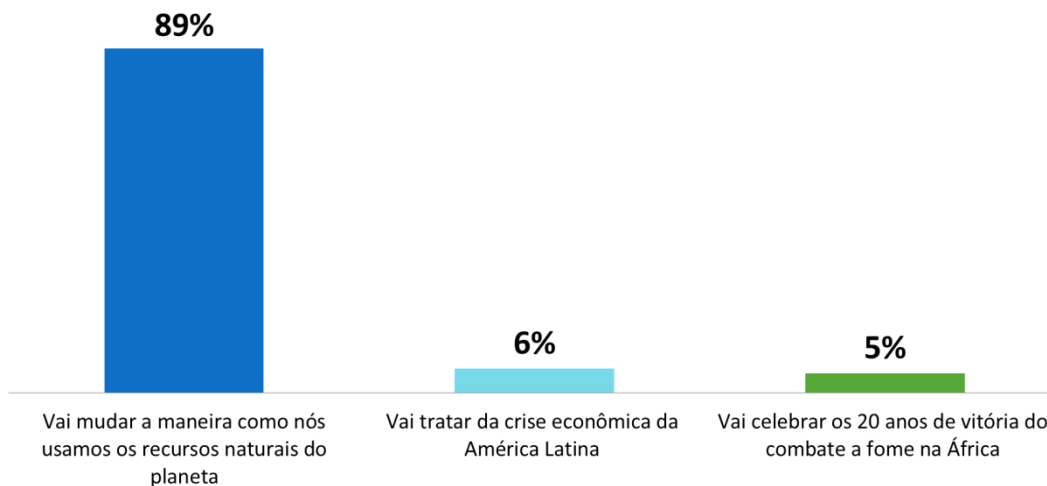
## PARTE – II- Resultados

### RIO +20 e DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

- 22 em cada 100 brasileiros afirmam ter ouvido falar da Conferência “RIO +20”, percentual bastante alto, já que se pensava que se trata de um evento especializado e com temas que não são de caráter popular. Dentre os que afirmaram ter conhecimento sobre a conferência, 89% acham que o evento seria focado em aspectos de mudança sobre a forma como a sociedade utiliza os recursos naturais do Planeta, mostrando que, no senso comum, o vínculo que se faz é meramente de caráter ambiental: apenas uma das dimensões das três dimensões do Rio +20.
- Na análise por região, a maior parte dos respondentes que afirmou conhecer a Rio +20 está no sudeste (49%) e os menores percentuais correspondem às regiões norte (6%) e centro-oeste (5%).
- No cruzamento por escolaridade, curiosamente, observa-se que o vínculo direto entre a Rio +20 e apenas uma de suas dimensões, a utilização dos recursos naturais, não é mais sofisticado entre a população com nível mais alto de escolaridade. De maneira geral, o senso comum a cerca da Rio +20 não foi refinado pelos respondentes com maior escolaridade.

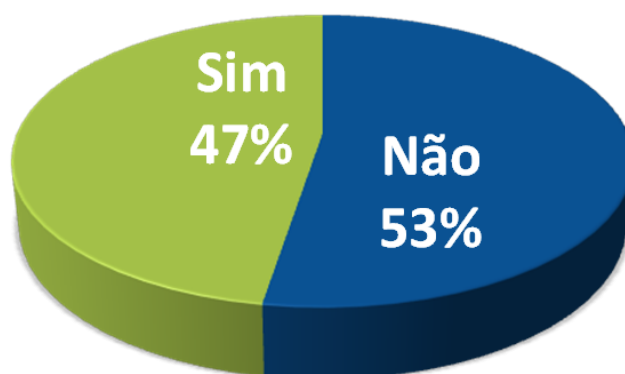
#### Conhecimento sobre a RIO+20



**Do que vai tratar a RIO+20? (apenas para quem disse sim)**

- Mais da metade da população brasileira (53%) ainda não conhece o significado do conceito “Desenvolvimento Sustentável” (não ouviu falar). Entre os 47% daqueles que conheciam o conceito, apenas ¼ definiu-o como “cuidar do meio ambiente, das pessoas e da economia do país ao mesmo tempo”. A opção mais apontada foi novamente a que relaciona desenvolvimento sustentável a não destruição dos recursos naturais.
- Percebe-se, portanto, que a Rio+20 e o conceito de “desenvolvimento sustentável” estão ligados, pela população que conhece ou ouviu falar, apenas à ideia de proteção dos recursos naturais. A ideia de fortalecer os *três pilares* do desenvolvimento sustentável, o *ambiental*, o *econômico* e o *social*, é uma arquitetura ainda a ser divulgada e não está presente no imaginário dos brasileiros. Naturalmente, a ocorrência recente da Rio + 20 e a alta exposição do assunto na mídia em geral pode ter melhorado este quadro rapidamente.
- A análise dos cruzamentos não aponta nenhuma correlação relevante entre o conhecimento do conceito e os recortes por setor habitacional, renda e escolaridade.

### Conhecimento sobre *Desenvolvimento Sustentável*



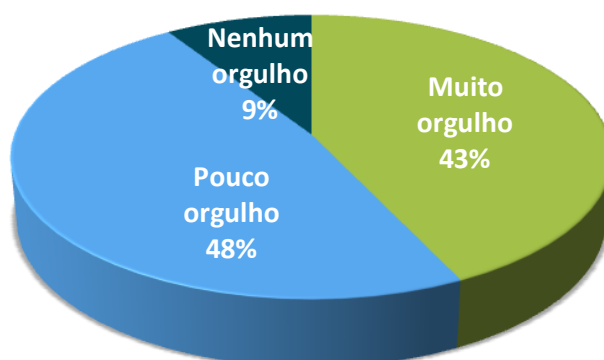
### O que é Desenvolvimento Sustentável? (apenas para quem disse conhecer)



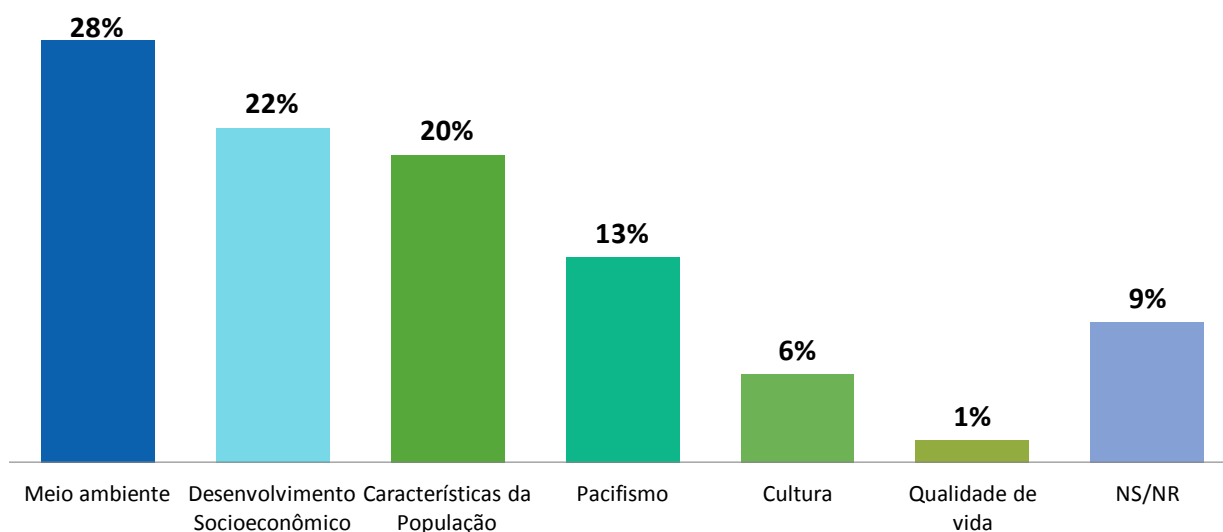
## BRASILEIROS SE ORGULHAM DE POSSUIR RIQUEZAS NATURAIS E DA SUA GENTE

- A população brasileira se mostra dividida quanto ao sentimento que possui em relação ao Brasil: 43% dos brasileiros declaram sentirem-se muito orgulhosos com o país; 48% afirmaram ter pouco orgulho do Brasil no momento atual; e 9% não ter nenhum orgulho. A suposição geral em relação a perguntas como esta é que este tipo de sentimento muda muito rápido na população em função de conjunturas que levam à alta exposição de assuntos como desastres, escândalos ou outros temas que ataquem a lisura de figuras públicas.
- É interessante observar que o motivo de maior orgulho da população se dá sobre um lastro permanente, ou seja, a sua natureza vista como rica, bela e abundante; 28% da população citaram belezas naturais e paisagísticas quando falaram do que se orgulham. Em seguida, os brasileiros se orgulham do recente desenvolvimento socioeconômico, da sua gente, do pacifismo e da cultura (respectivamente, 22%, 20%, 13% e 6%).

**Sentimento em relação ao Brasil atual**

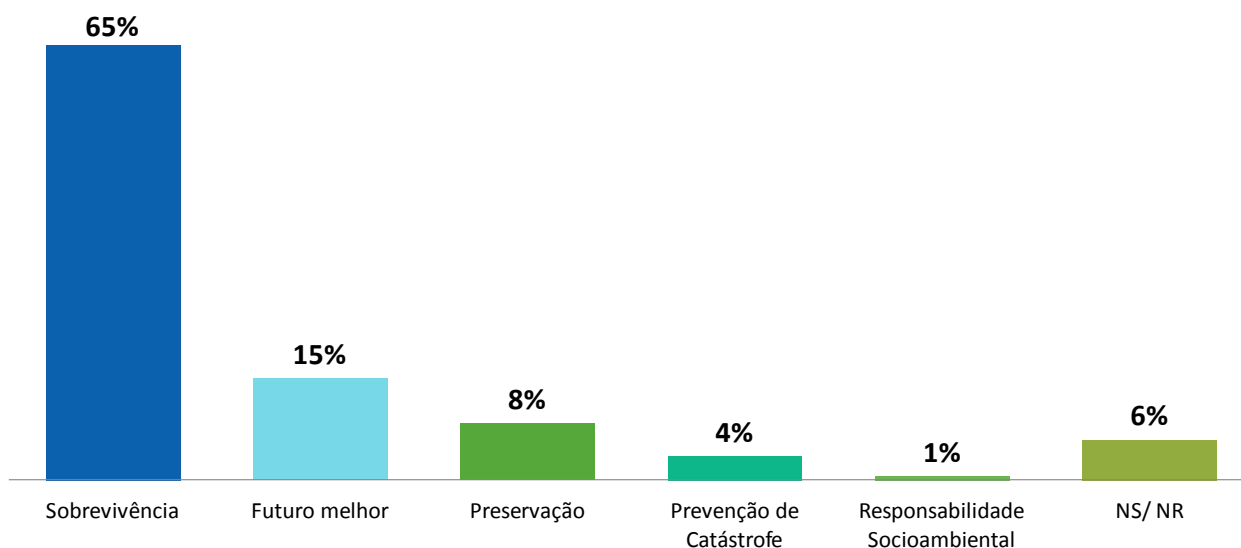


### Principais motivos de orgulho



- Praticamente 100% da população brasileira considera importante o “cuidado/ proteção” do meio ambiente, destacando a concepção de que este cuidado é necessário à nossa sobrevivência (65%) e para um futuro melhor para a humanidade (15%). Entretanto, concepções mais sofisticadas começam a emergir na consciência dos brasileiros: espontaneamente 8% enfatizaram a necessidade de conservação dos ambientes naturais para evitar a extinção de animais e plantas; 4% mencionaram a necessidade de se prevenir catástrofes e houve mesmo quem mencionasse a necessidade de expressarmos nossas responsabilidades em uma visão “socioambiental” (1%).

### Por quê é importante cuidar/proteger o meio ambiente?

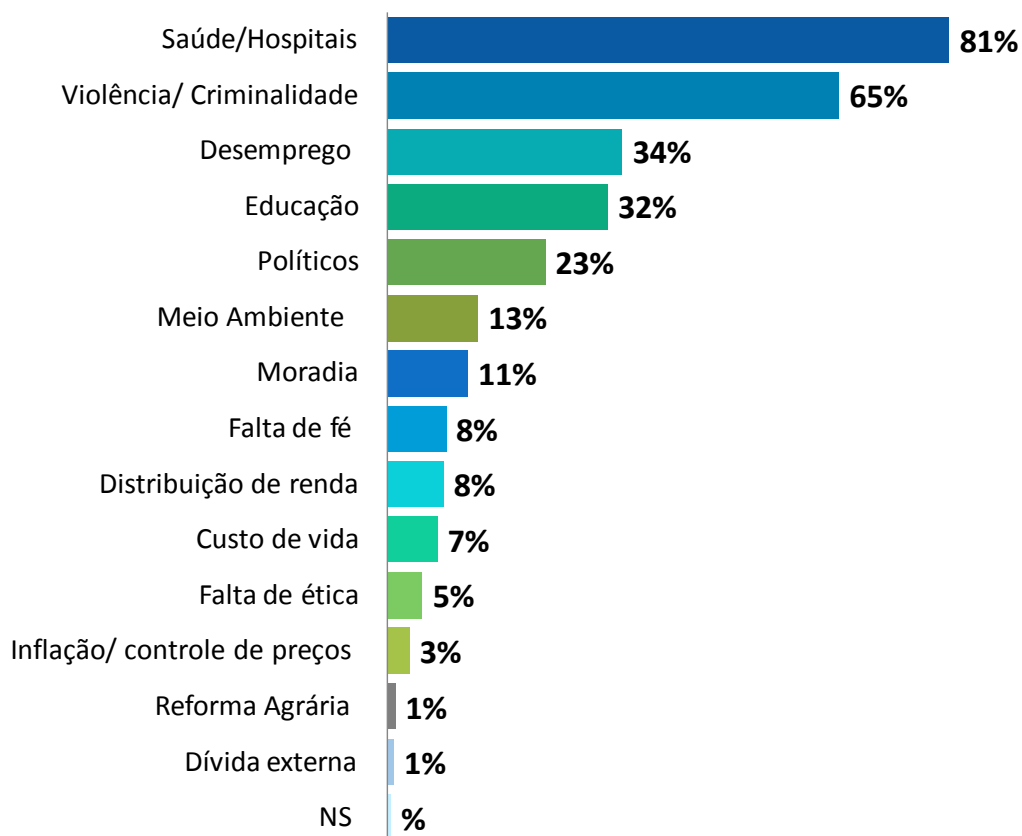


## IDENTIFICAÇÃO DE PROBLEMAS

### Problemas nacionais

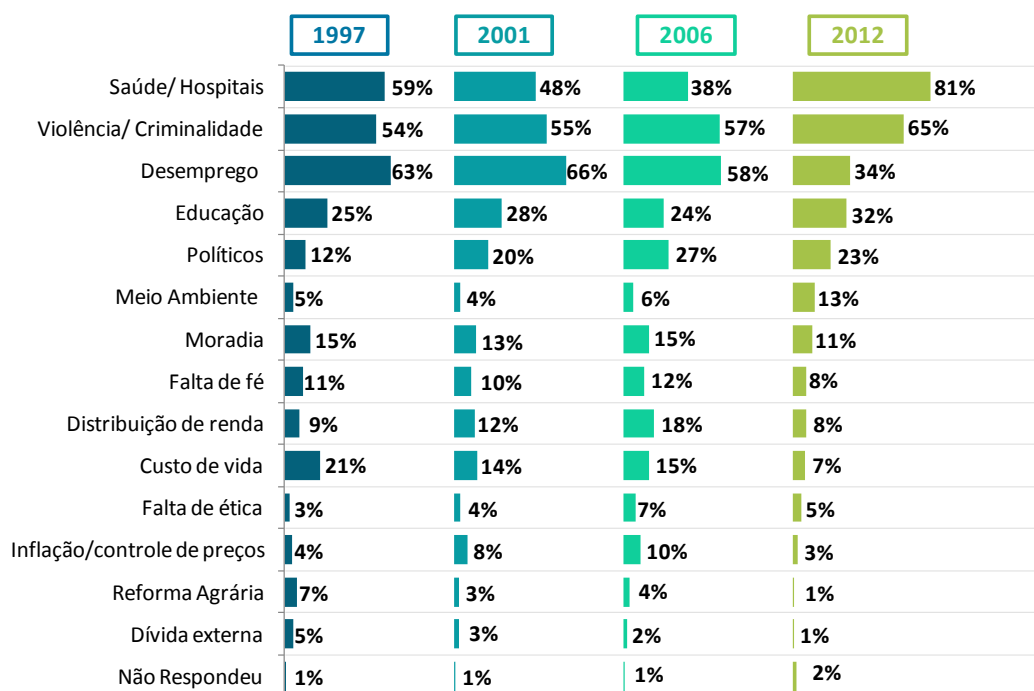
- “Saúde / Hospitais” é o principal problema do país para os brasileiros, na atualidade. Em 2º lugar aparece o item “Violência / Criminalidade”. O “Desemprego”, que há seis anos era o principal problema do Brasil, aparece agora como 3º mais citado, mostrando claramente que as preocupações com este item diminuíram em função da recente melhora da economia do País. Faz-se importante destacar que a situação da saúde preocupa de modo gritante e alerta o poder público sobre este importante item para a qualidade de vida da população.

#### Principais problemas do Brasil



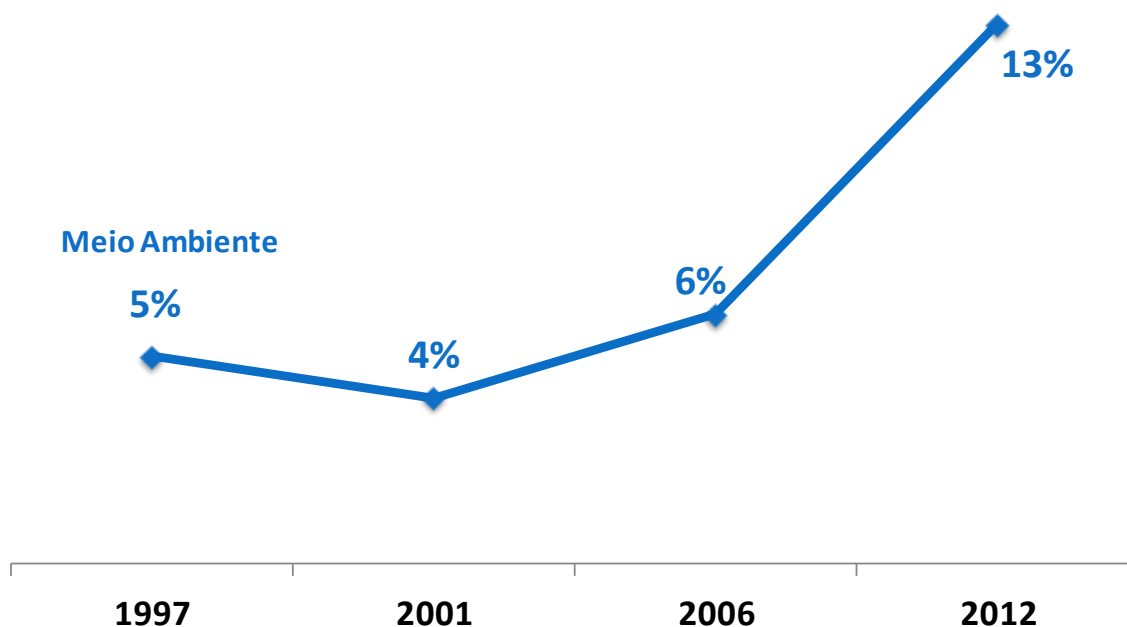
- O *meio ambiente* já é identificado pelos brasileiros como o 6º maior problema do Brasil. Na primeira pesquisa, em 1992, o tema ainda não figurava em uma lista dos 10 maiores problemas. Na segunda pesquisa em 1997, ele aparecia em 11º lugar. Nas edições da pesquisa realizadas em 2001 e 2006, “meio ambiente” ainda não figurava entre os 10 problemas mais citados. Deste modo, pode-se apontar que a percepção do “meio ambiente” como um dos principais problemas do país é uma tendência recente. Este deslocamento de importância reflete a conscientização da população em relação à degradação dos recursos naturais, porém, como visto nos dados anteriores, ainda não se pode garantir sofisticação analítica no que concerne esta temática ou se essa preocupação recente se sustentará. Entretanto, como sinal positivo, de 2006 para 2012, a porcentagem de pessoas que disseram que o principal problema do Brasil é o meio ambiente mais que dobrou, indo de 6% para 13%.

### Principais problemas do Brasil (comparação)





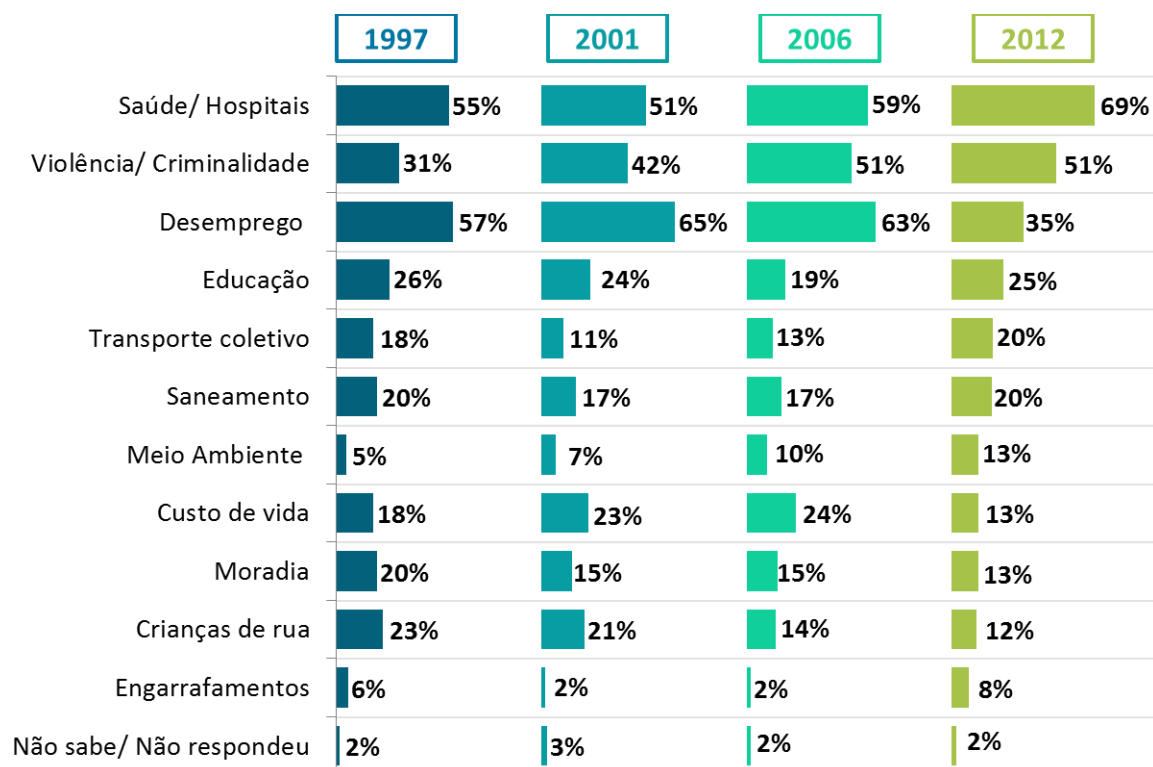
### Pessoas que disseram que o principal problema do Brasil é o meio ambiente



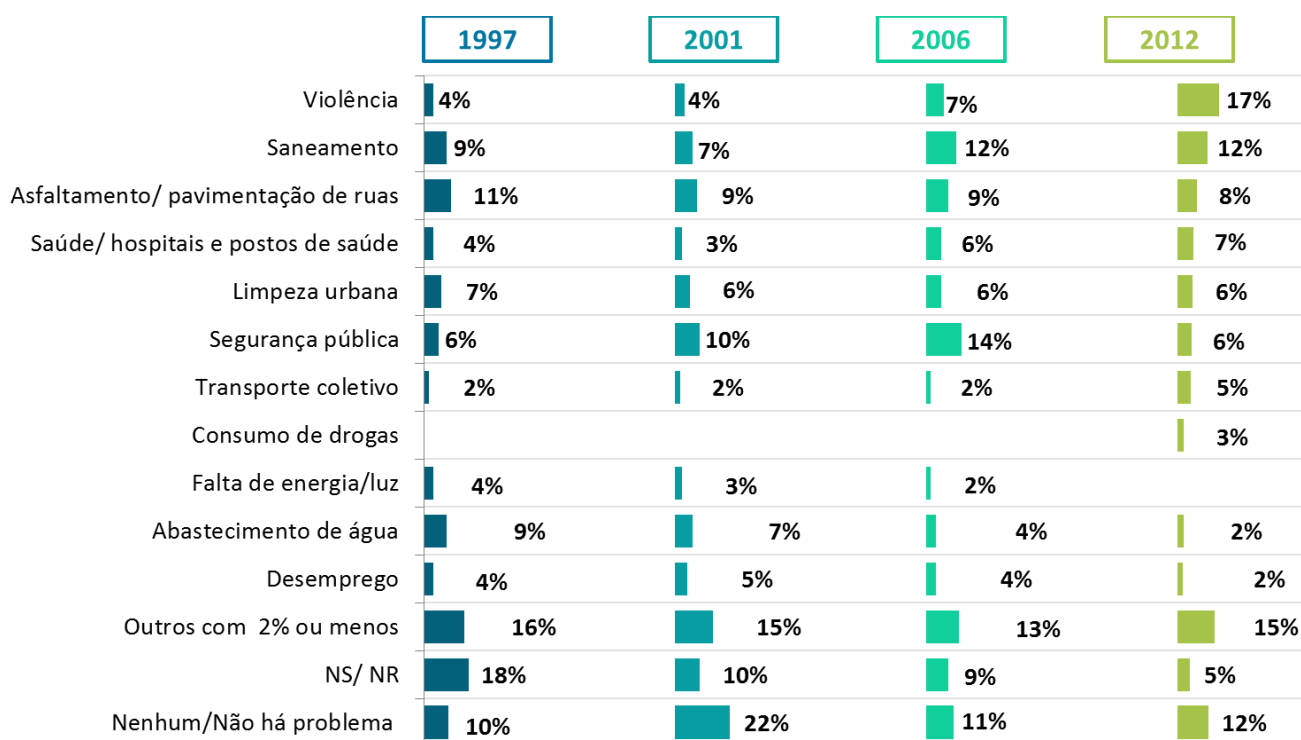
### Problemas da cidade e do bairro

- Na pesquisa de 2012, “meio ambiente” figura como o sétimo principal problema, dividindo a sétima posição com várias outras áreas temáticas. Os três principais problemas apontados se mantêm por toda série histórica, são eles: “Saúde/ Hospitais”, “Violência/ Criminalidade” e “Desemprego”.
- No âmbito dos bairros, o *meio ambiente* ainda não é citado. *Asfaltamento/ pavimentação de ruas* foi um problema recorrentemente citado ao longo das edições da pesquisa e atualmente é a *violência* que aparece como principal problema. *Saneamento* também aparece bastante, em 2012, ainda é apontado como problema principal do bairro por 12% dos respondentes.

### Principais problemas da cidade (comparação)



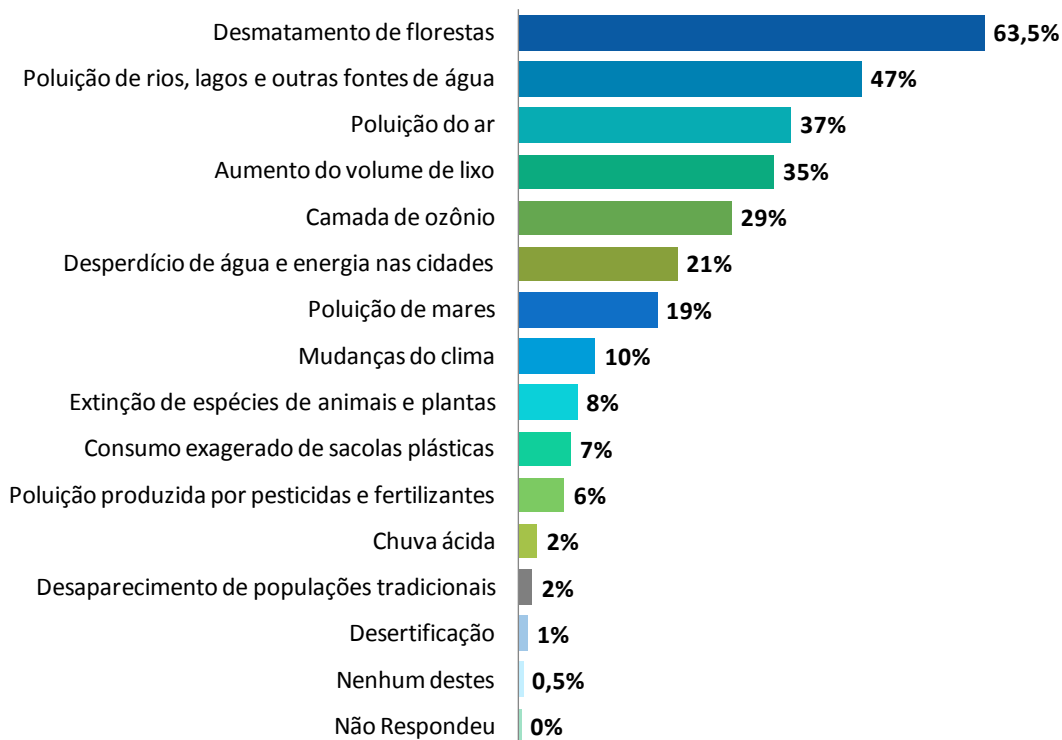
### Principais problemas do bairro (comparação)



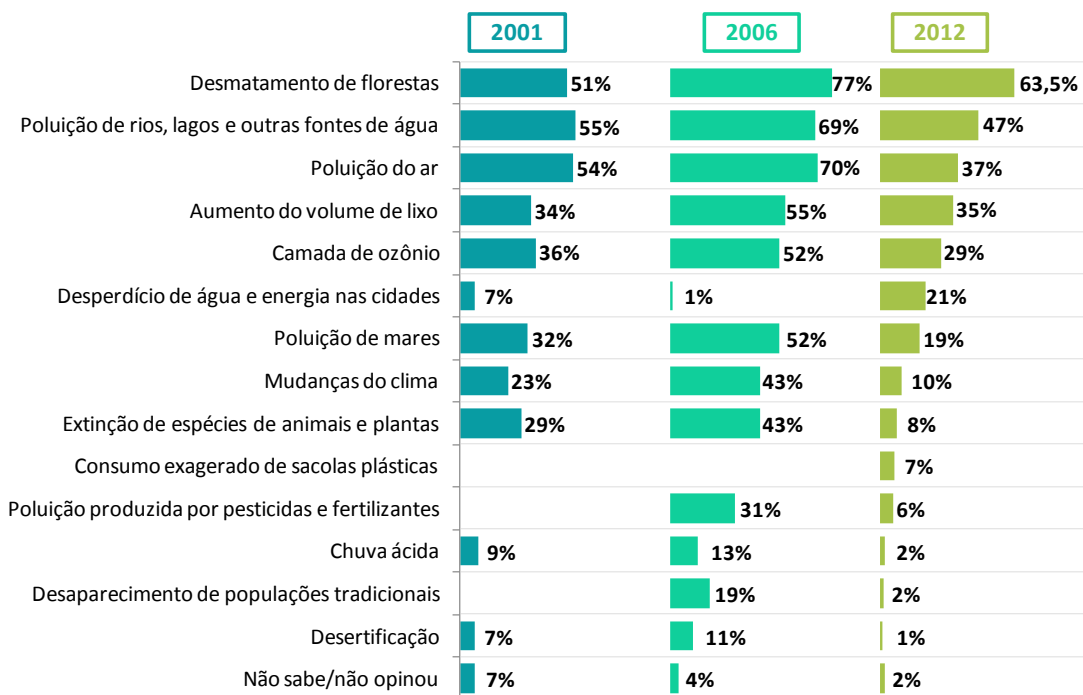
## Problemas ambientais no mundo e no Brasil

- Para os brasileiros, “Desmatamento de florestas” é o principal problema ambiental do mundo e do Brasil no momento. Esta percepção persiste ao longo de toda a série: há 20 anos a população considera o desmatamento o principal problema do Brasil, com percentuais que variaram, ao longo da série de 46% a 67%. O problema sempre aparece relacionado do problema das *queimadas*.
- “Poluição de rios, lagos e outras fontes de água” (38,5%), “Poluição do ar” (36%) e “Aumento do volume de lixo” (28%) também se destacam como grandes problemas ambientais, tanto em nível mundial, quanto nacional. Olhando para a série, a preocupação com o lixo aumentou significativamente, ganhando destaque enquanto problema mundial no ano de 2006. Já no âmbito nacional, a preocupação aparece na pesquisa de 2012, fato que pode ser ter relação com o sucesso da divulgação da Política Nacional de Resíduos Sólidos, iniciada em 2010.
- O “Desperdício de água e energia nas cidades”, que na pesquisa de 2006 apresentou baixos índices de citação, agora aparece para os brasileiros como um dos principais problemas ambientais do mundo e do Brasil.
- Ao longo da série, observa-se que os cinco problemas ambientais citados com maior frequência são os mesmos no âmbito mundial e nacional, mesmo que as porcentagens conferidas a esses problemas vêm se comportando de maneira diversa. No que diz respeito aos cinco primeiros problemas no nível mundial, a frequência de identificação por parte dos entrevistados diminuiu de 2006 para 2012. Já na questão sobre os problemas ambientais do Brasil, a porcentagem equivalente a cada um dos cinco problemas mais graves aumentou, o que pode significar a demonstração de uma maior percepção acerca do reconhecimento de problemas ambientais no país.
- Os respondentes com baixa escolaridade formam o grupo que teve maior dificuldade de reconhecer problemas ambientais brasileiros: 34% deles não reconheceu nenhum problema em 2012. Atualmente, 11% da população considera não existir este tipo de problema no Brasil ou não soube opinar: na primeira edição da pesquisa, em 1992, este percentual era de 47%.

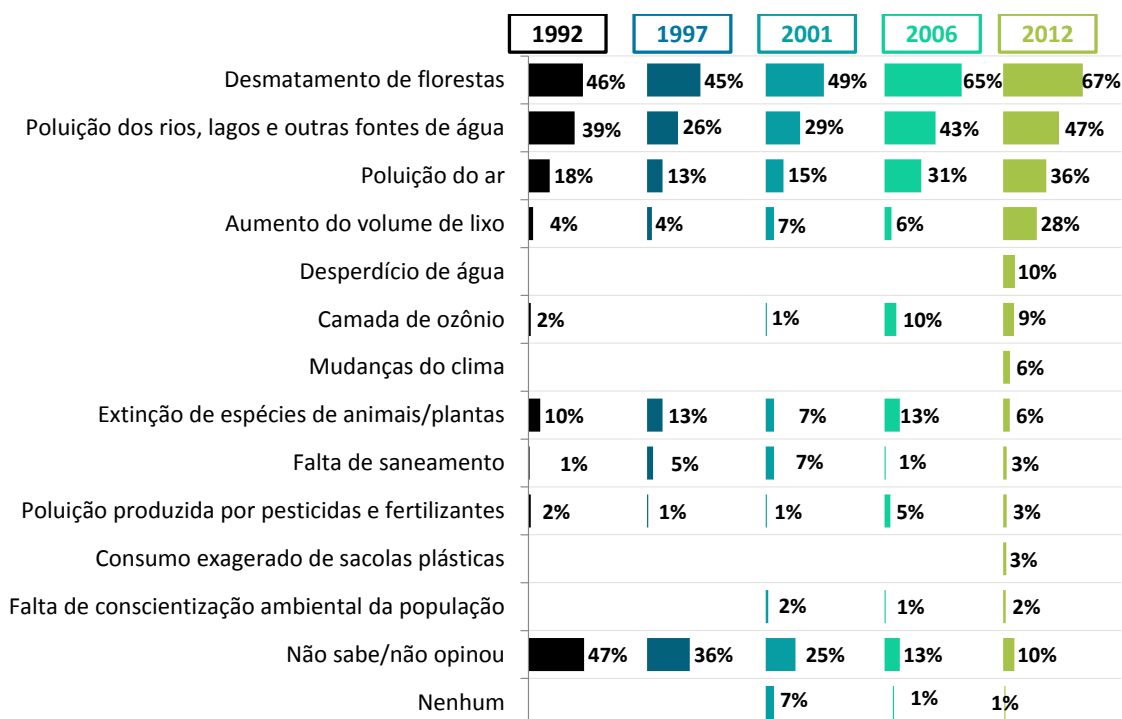
### Principais problemas ambientais do mundo



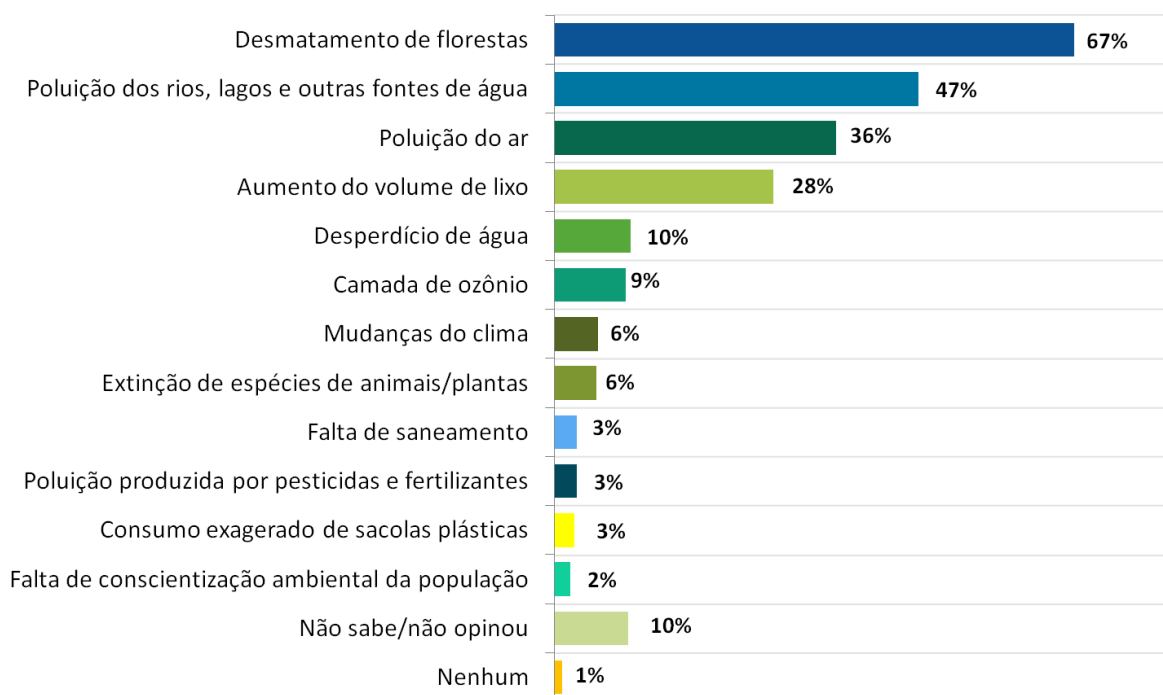
### Principais problemas ambientais do mundo (comparação)



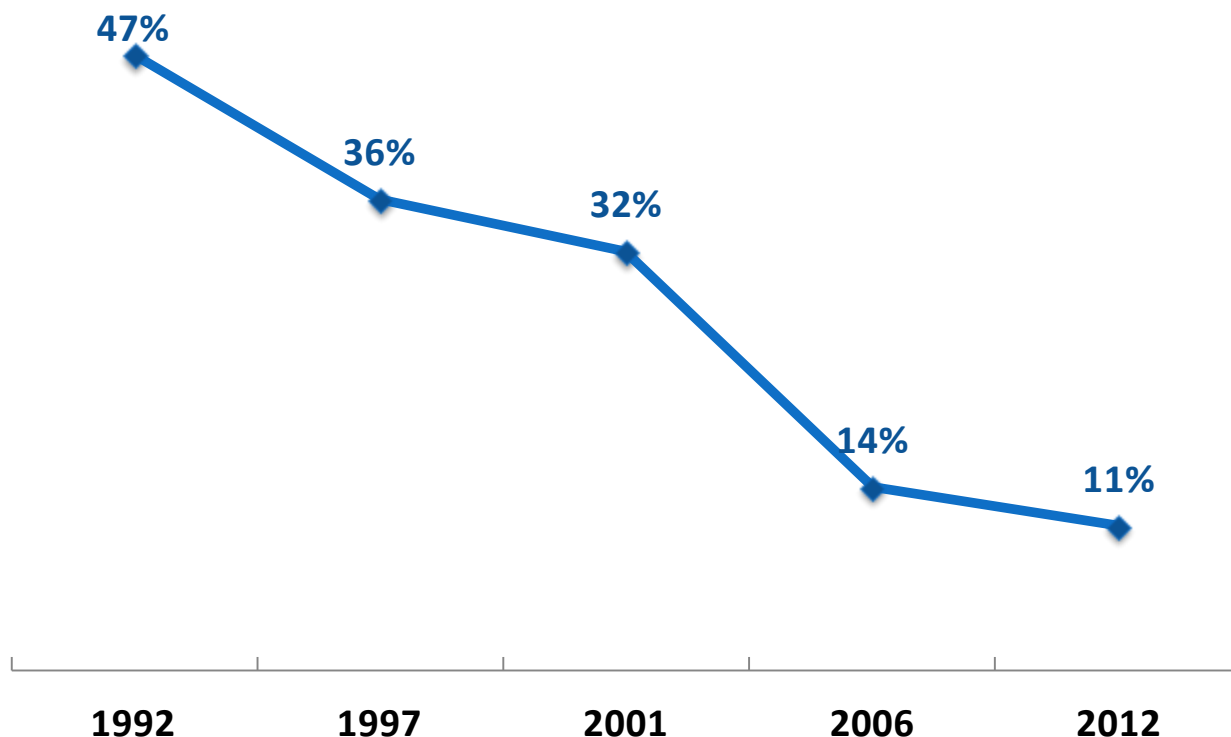
### Principais problemas ambientais do Brasil (comparação)



### Principais problemas ambientais do Brasil



### Série histórica - Pessoas que disseram não haver problema ambiental no Brasil ou não souberam opinar



### Problemas ambientais na cidade e disposição dos cidadãos

- Dentre os problemas ambientais na cidade, em 2012, levantados por resposta espontânea e múltipla entre os brasileiros entrevistados, destacam-se: “Aumento do volume de lixo” (46,8%); “Poluição dos rios, lagos e outras fontes de água” (33,9%); e “Poluição do ar” (30,5%). Diferentemente dos resultados observados nos âmbitos mundial e nacional, no caso da *cidade* o problema de “Desmatamento de florestas” cai para a quarta posição.
- Em 2012, 80% dos respondentes manifestam-se dispostos a fazer algo para resolver os problemas apontados no âmbito da cidade. Comparando este resultado com os dados obtidos anteriormente, observa-se que o percentual de intenção de ação, em 2012, cresceu para todas as ações. Com exceção da contribuição em dinheiro, que atingiu 43% de intenções, na última edição da pesquisa, as demais

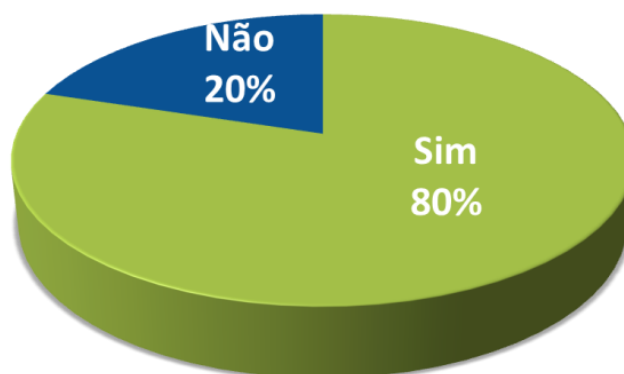
opções alcançaram percentuais altos (acima de 75%) em todas as edições.

### Principais problemas ambientais da cidade - 2012

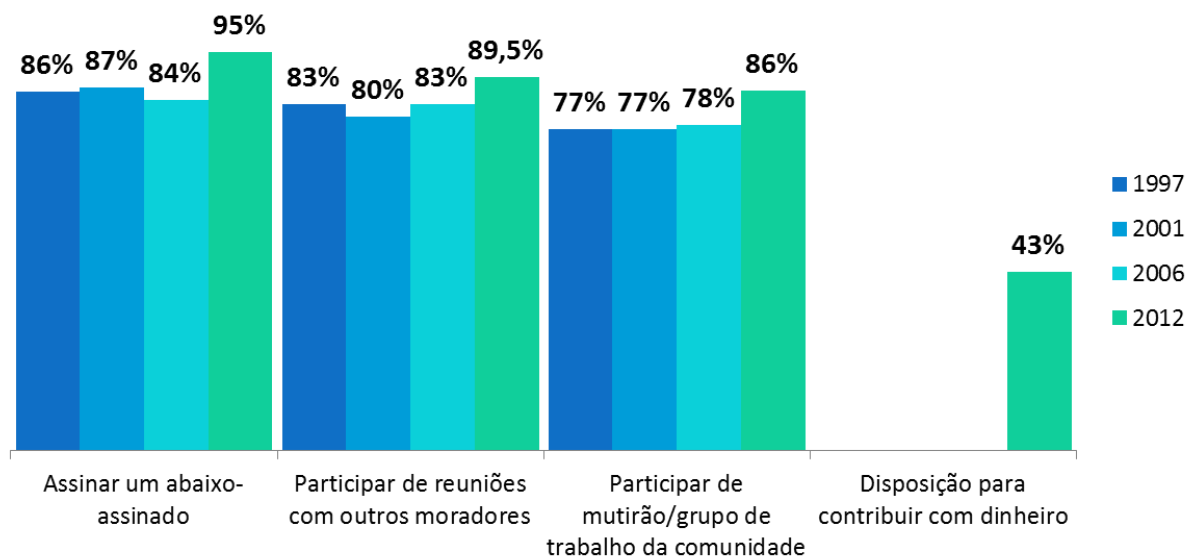


\* As respostas com menos de 1% de incidência foram reagrupadas em categorias mais amplas. Para maiores detalhes, conferir relatório estatístico.

### Disposição para ações de resolução de problemas da cidade – 2012



### Disposição para ações de resolução de problemas (comparação)



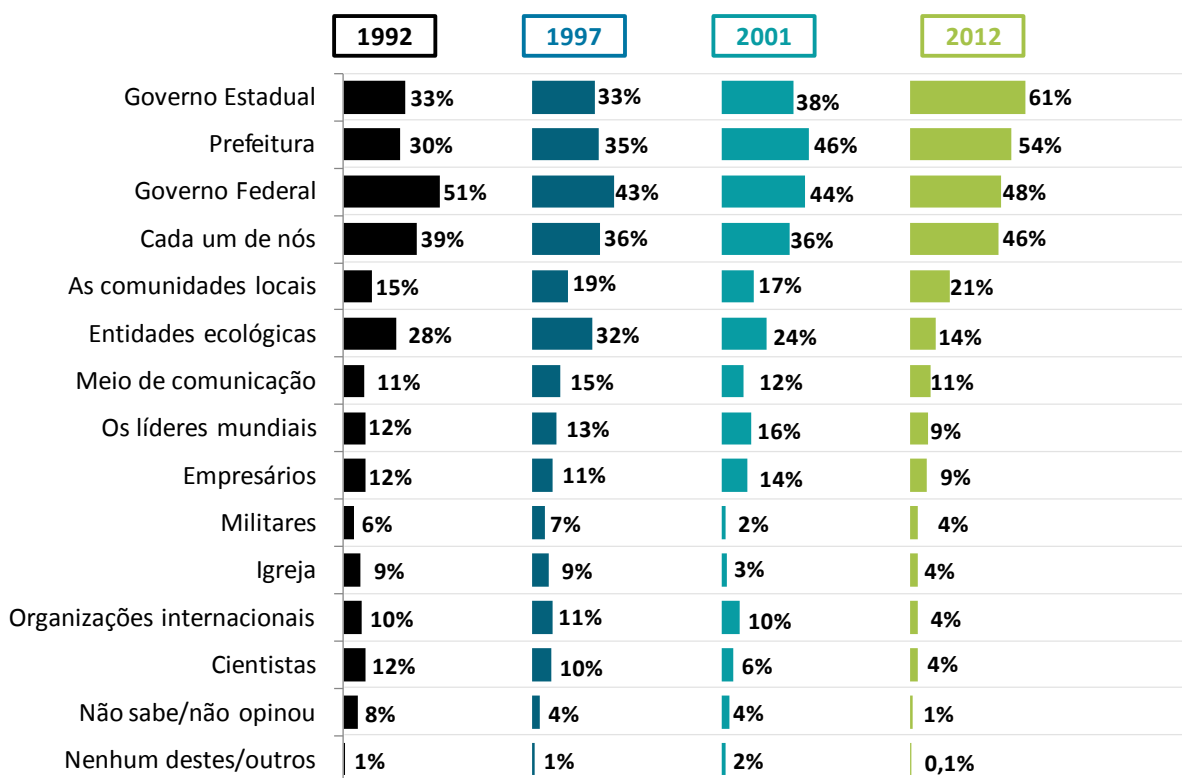
### Responsáveis por solucionar problemas ambientais

- Para os brasileiros, em 2012, a resolução dos problemas ambientais é de responsabilidade dos Governos Estadual (61%), Municipal (54%) e Federal (48%), nesta ordem. A evolução da série mostra claramente que os efeitos da descentralização já permeiam a percepção dos brasileiros. Na primeira edição, a maior parte da população atribuía ao governo federal a maior responsabilidade (51%). Nos anos seguintes foi subindo o percentual de responsabilidade atribuída às prefeituras, governos locais: em 1992, 30%; em 1997, 35%; em 2006, 46%. Agora emerge a esfera estadual como a maior responsável, em uma correta percepção de que problemas como saneamento, licenciamento e gestão de recursos hídricos, são geridos no nível estadual. A responsabilidade atribuída “a cada um de nós” e às “comunidades locais” também cresceu ao longo dos anos. No primeiro caso temos 39% (1992), 36% (1997 e 2006) e 46% em 2012. Com relação às comunidades o percentual é mais discreto: 15% (1992), 19% (1997), 17% (2006) e 21% (2012).

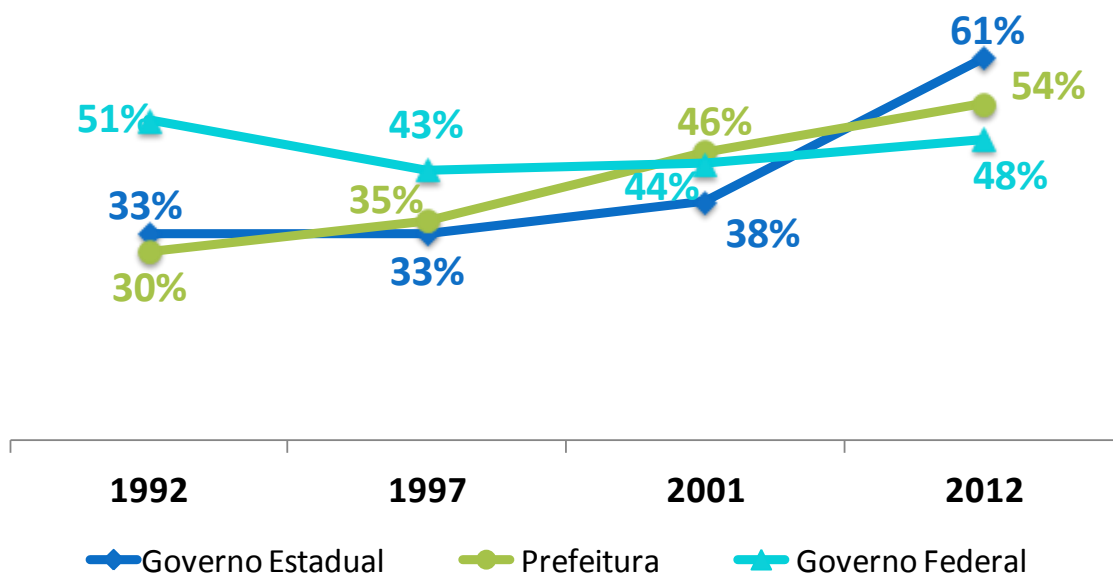


- Ao se analisar os dados de 2012 a partir de um recorte regional, observa-se que os maiores responsáveis variam de uma região para outra. Na região Norte 58% atribui a responsabilidade a “cada um de nós”. No Nordeste, governo estadual (64%) e prefeitura (61%) figuram como principais responsáveis, na opinião dos respondentes. Na região Centro-oeste, a maioria (52%) atribui a principal responsabilidade ao governo estadual, assim como no Sudeste, em que o governo estadual tem o percentual de 67%. No Sul, o maior percentual fica a cargo da prefeitura (63%).

### Responsáveis por solucionar os problemas do meio ambiente



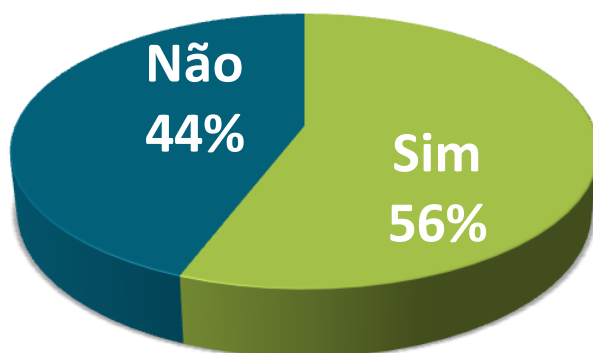
### Mudança de ranking dos principais responsáveis por solucionar os problemas do meio ambiente



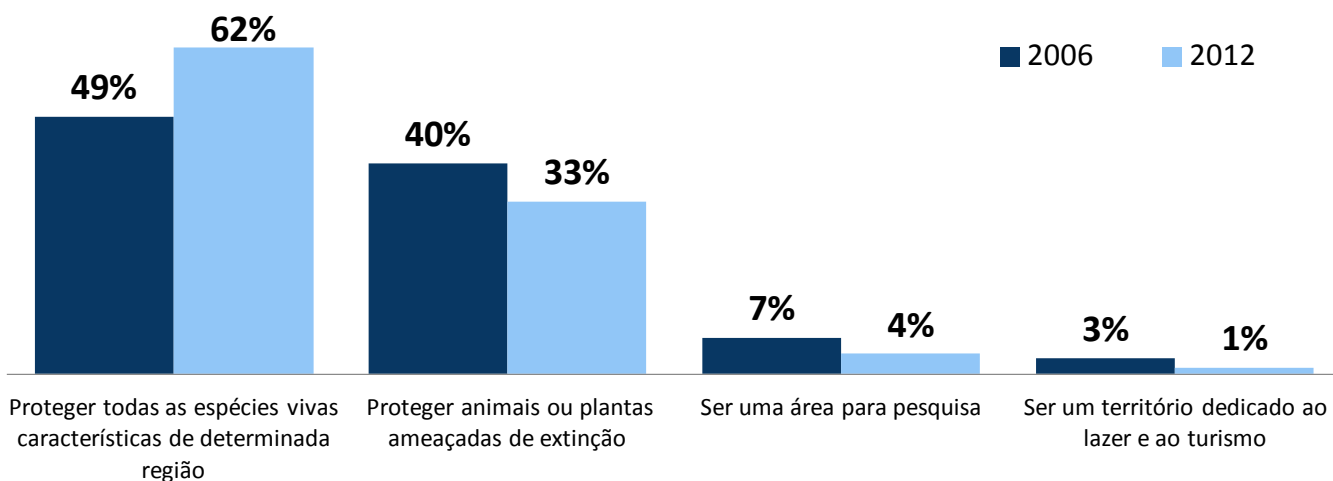
### NÍVEL DE CONHECIMENTO DO BRASILEIRO SOBRE MEIO AMBIENTE

- Em 2012, 56 entre cada 100 brasileiros adultos (com mais de 16 anos) sabe o que é uma área protegida, reconhecendo, principalmente, que sua principal função é *proteger todas as espécies vivas características da região ou o bioma em questão* (62%). O restante apontou: *proteger animais e plantas ameaçadas de extinção* (33%) ou *ser uma área de pesquisa* (7%). Cabe destacar que de 2006 para 2012, observa-se um aumento de 13 pontos percentuais no reconhecimento do que vem a ser uma área protegida.
- Quando os dados são estratificados por região do país, observa-se a região Nordeste é a única em que menos da metade dos respondentes dizem não conhecer o que é uma área protegida: 45%. Nas demais regiões, estes percentuais ultrapassam 50% dos entrevistados: Sul (74%); Centro-Oeste (68%); Norte (58%); e Sudeste (54%).

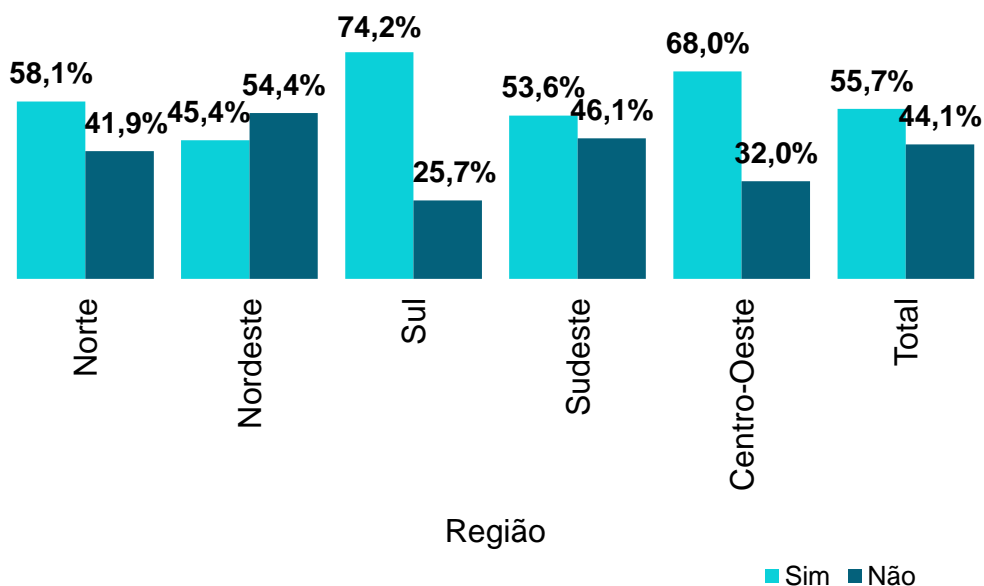
### Conhecimento do que é uma área protegida



### Qual a principal função de uma área protegida? (apenas para quem disse sim)

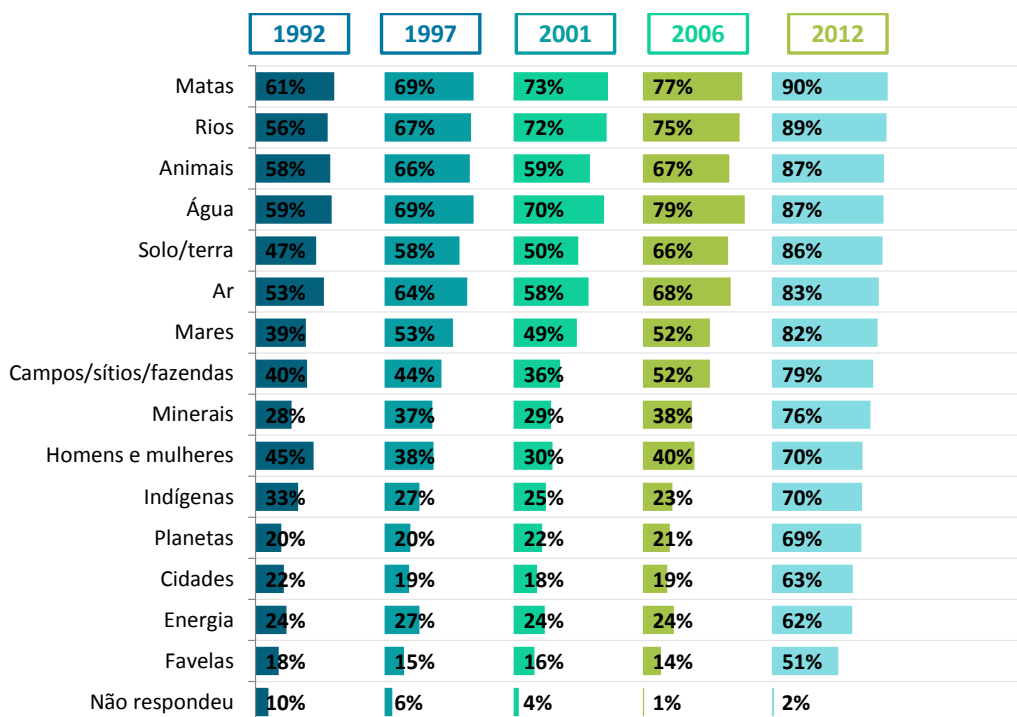


### Conhecimento do que é uma área protegida (cruzamento por região)



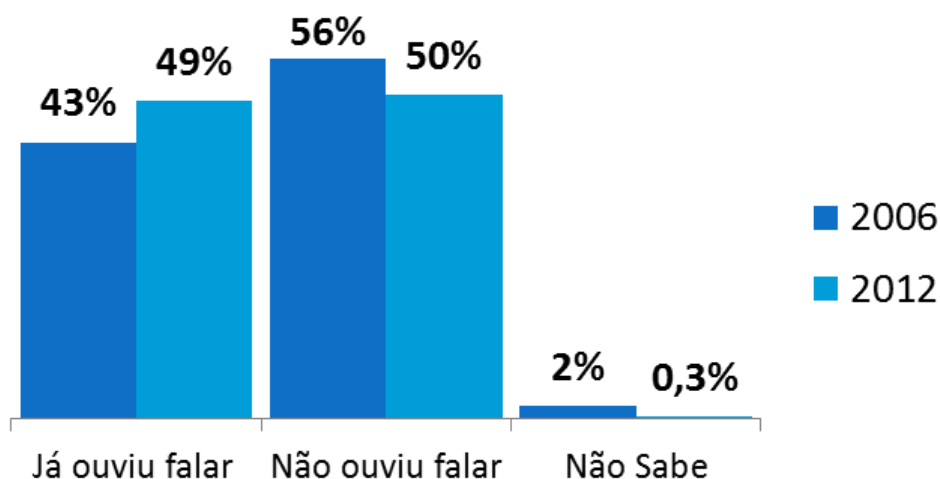
- Na análise dos elementos constituintes do meio ambiente, a série histórica mostra a ampliação da noção do conceito de meio ambiente, com a incorporação de novos elementos para além dos biocêntricos. De modo que crescem expressivamente alguns percentuais, como os atribuídos a seres humanos: indígenas, homens e mulheres e a elementos do espaço geográfico: cidades e favelas.

### Elementos que constituem o meio ambiente

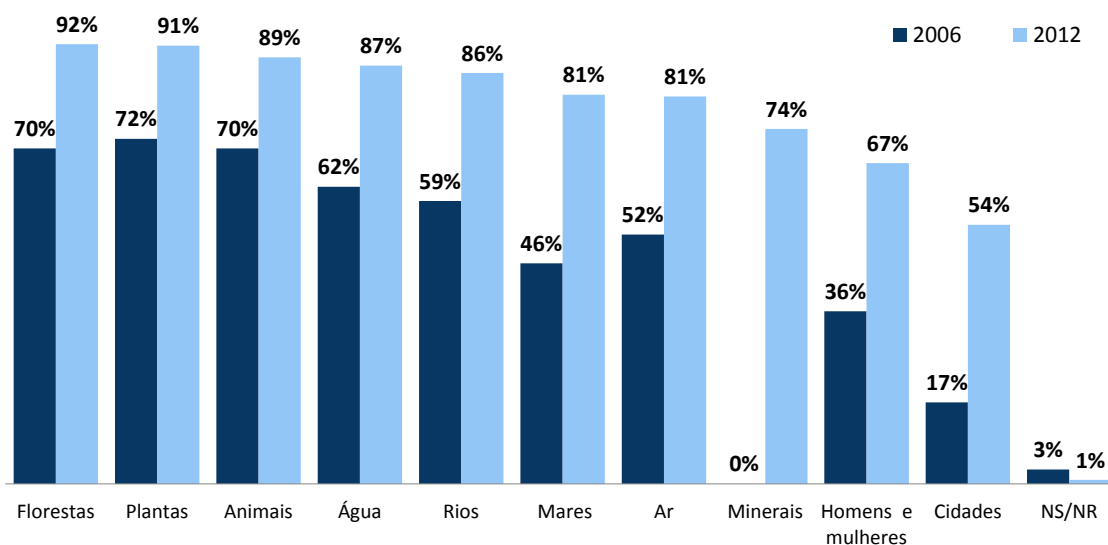


- Metade dos brasileiros tem conhecimento ou já ouviu falar sobre a destruição da biodiversidade, e outra metade desconhece o tema. Tal cenário de conhecimento apresentou melhora: em 2006, 43% dos respondentes afirmaram ter conhecimento sobre a destruição da biodiversidade. Em relação à pesquisa anterior, cresceu também a capacidade da população em apontar os elementos que fazem parte da biodiversidade: em 2006 apenas 36% dos entrevistados afirmava que homens e mulheres, ou seja, os seres humanos faziam parte da biodiversidade; em 2012, este percentual quase dobrou, subindo para 67%. Pode-se inferir que a concepção foi se modificando positivamente para uma noção mais sofisticada daquilo que é *meio ambiente*.

### Conhecimento sobre Destruição da biodiversidade



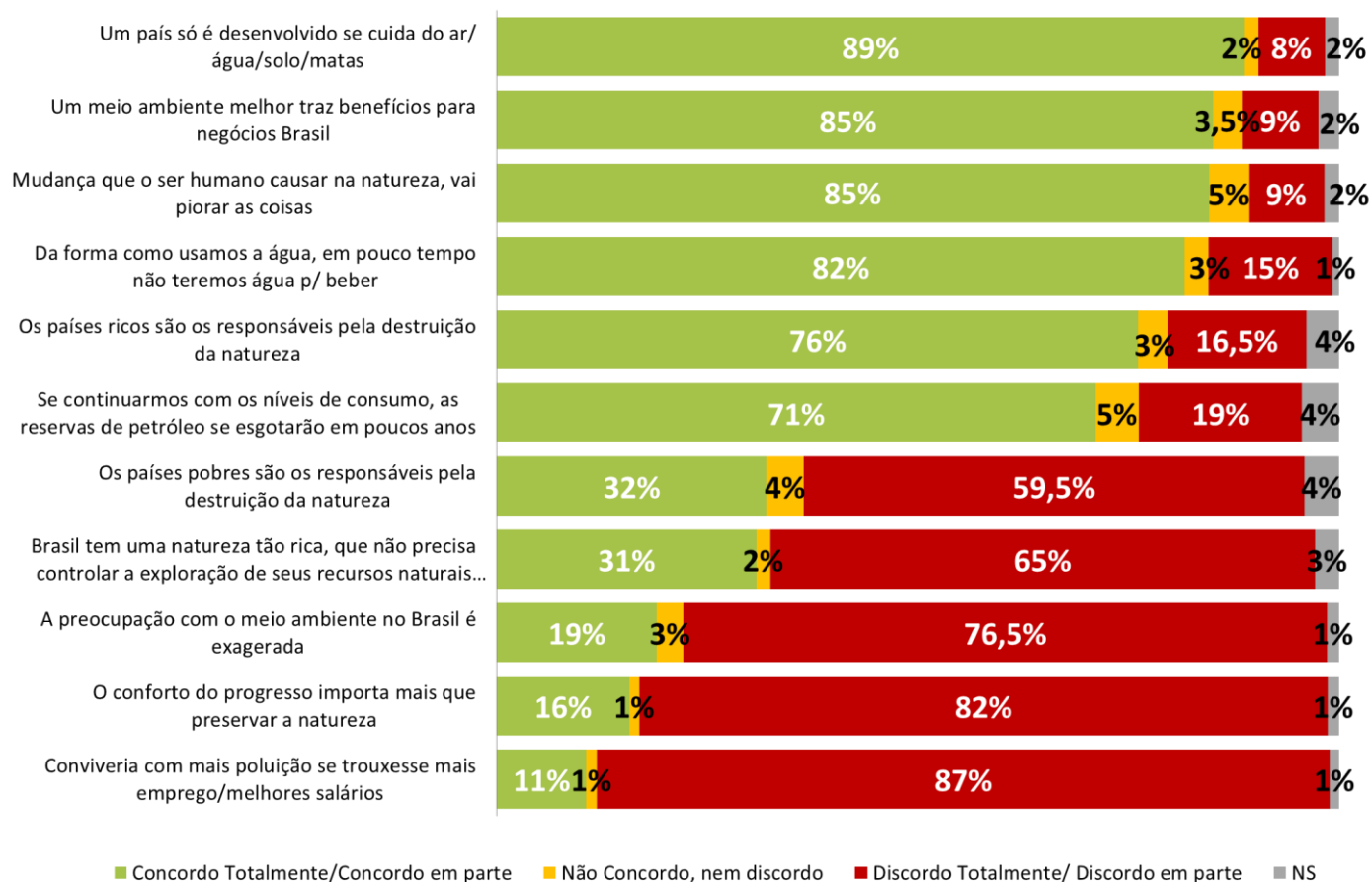
### Elementos que constituem a biodiversidade



### Meio ambiente x economia? O posicionamento dos brasileiros

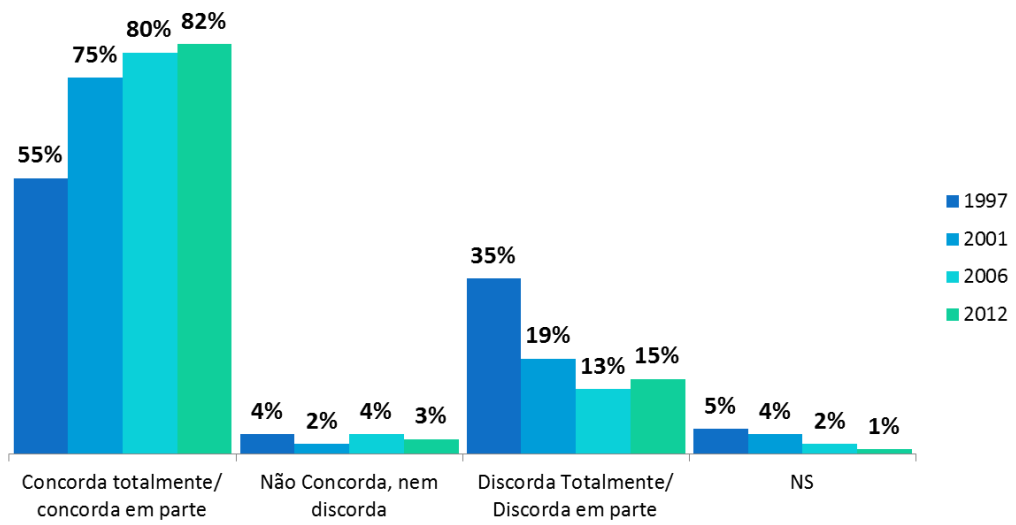
- A opinião dos brasileiros, sobre questões polêmicas como a suposta necessidade de um *trade off* entre desenvolvimento econômico e preservação do meio ambiente, vem se alterando. Predominam de forma evidente em 2012 as opiniões favoráveis à preocupação com e preservação do meio ambiente, mesmo que isso possa interferir negativamente no desenvolvimento econômico nacional. Por exemplo: as opções que valorizam o cuidado com o meio ambiente e os recursos naturais recebem percentuais acima de 50% em todas as frases testadas, seja apontando a consonância entre preservação ambiental e benefícios econômicos, ou mesmo que em detrimento de supostas vantagens no âmbito econômico.
- Em 2012, grande maioria da população discorda de afirmações como “os países pobres são responsáveis pela destruição da natureza” (59,5%); ou de que o Brasil tem uma natureza tão rica que não precisa cuidar (65%). Também discorda absolutamente (76,5%) de que os cuidados com o meio ambiente são exagerados. E surpreendentemente, persiste na discordância absoluta de que se deva trocar meio ambiente pelo progresso (82%). Nas edições anteriores este quesito mantém os mesmos percentuais impressionantes: 67% em 1997, 72% em 2001 e 75% em 2006 já discordavam desta ideia.

## Opiniões sobre afirmações a respeito do meio ambiente

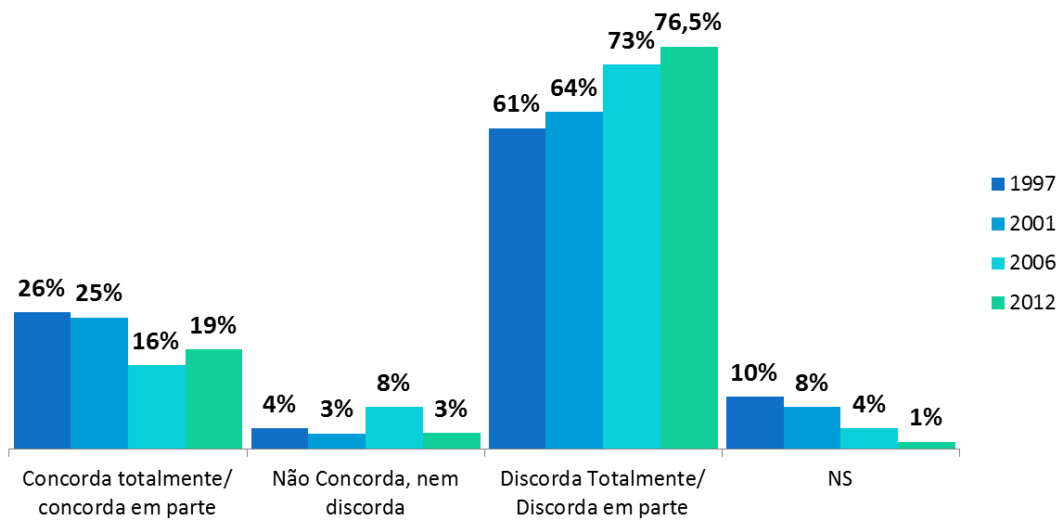


- Ao observar algumas destas opiniões testadas nas demais edições da pesquisa, fica nítido que, desde 1997 até os dias atuais, a concepção pró-preservação e uso consciente dos recursos naturais vêm se fortalecendo e crescendo entre os brasileiros. Dentre as opiniões analisadas nas várias edições, a que apresenta maior variação nestes 15 anos é a concordância sobre a insustentabilidade da forma como a água vem sendo utilizada, configurando um crescimento de 27 pontos percentuais. Em 1997, 55% dos respondentes brasileiros concordavam com a afirmação "Da forma como usamos a água, dentro de pouco tempo não teremos água para beber". Atualmente, 82% da população concorda com tal afirmação.

**"Da forma como usamos a água, dentro de pouco tempo não teremos água para beber"**

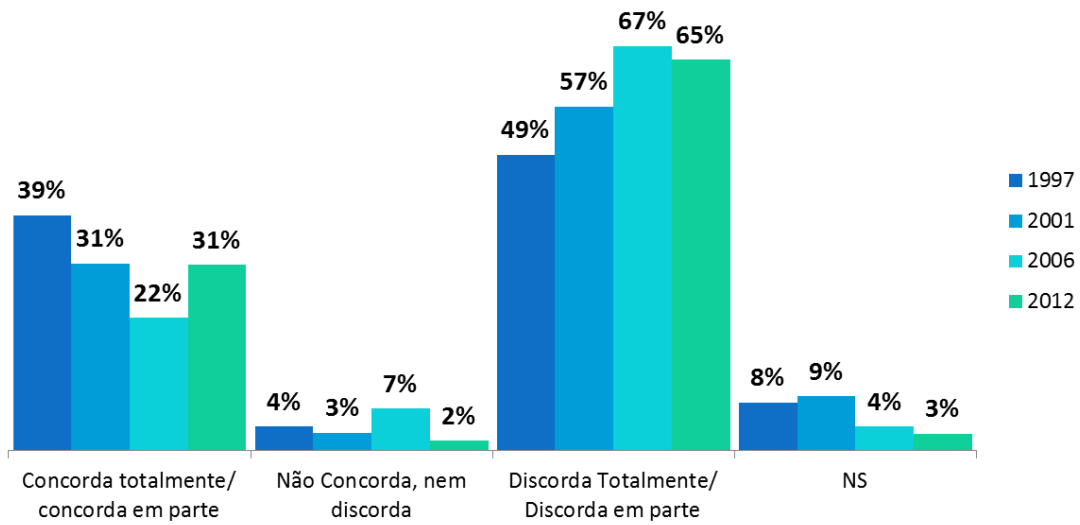


**"A preocupação com o meio ambiente no Brasil é exagerada."**

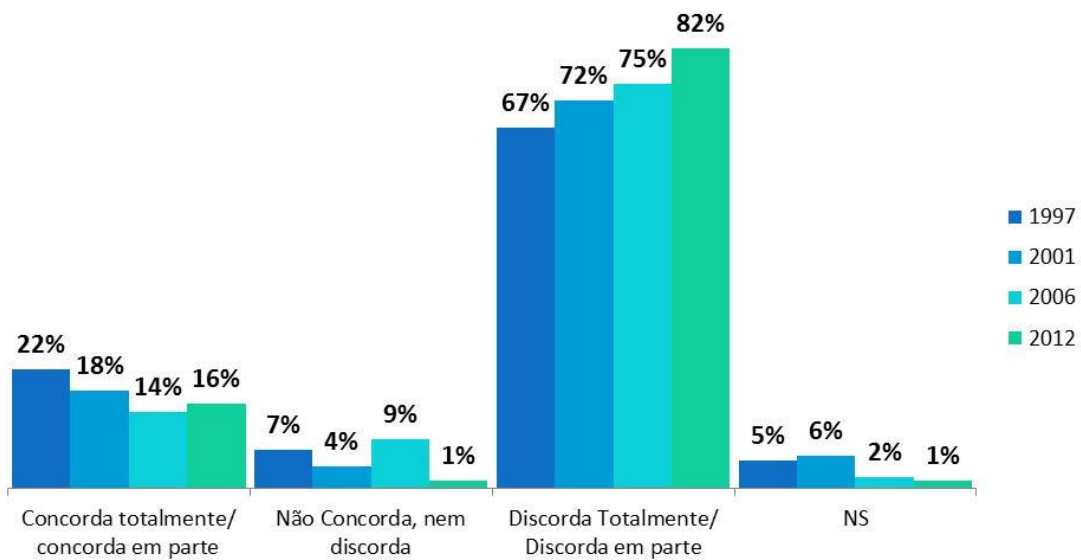




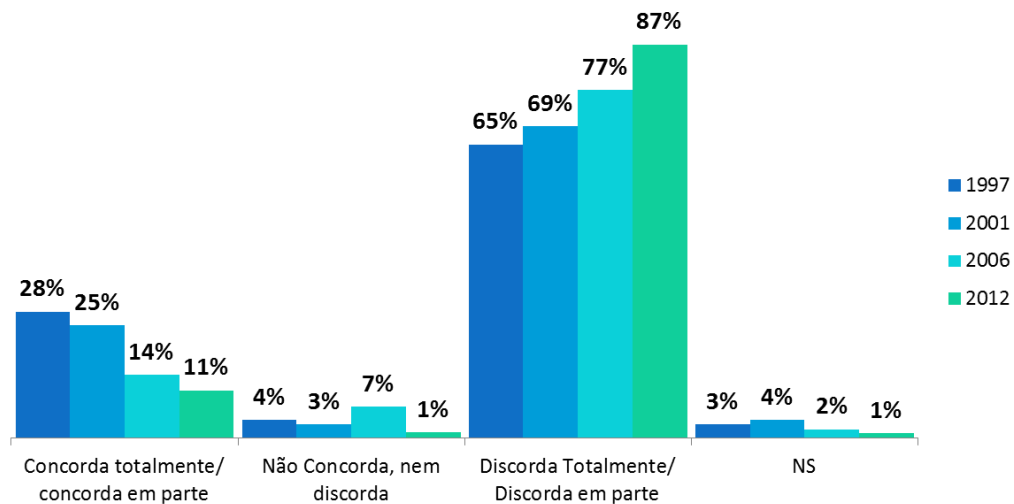
**"O Brasil tem uma natureza tão rica que não precisa controlar a exploração de seus recursos naturais como outros países"**



**"O conforto que o progresso traz para as pessoas é mais importante do que preservar a natureza"**



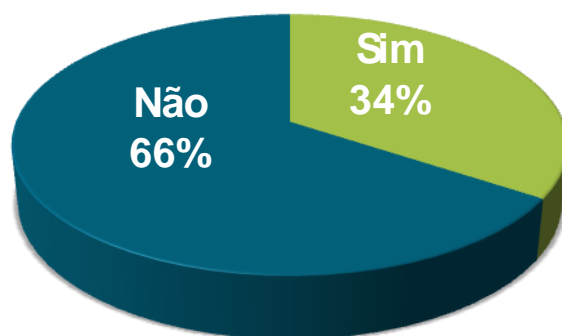
**"Estaria disposto a conviver com mais poluição se isso trouxesse mais emprego"**



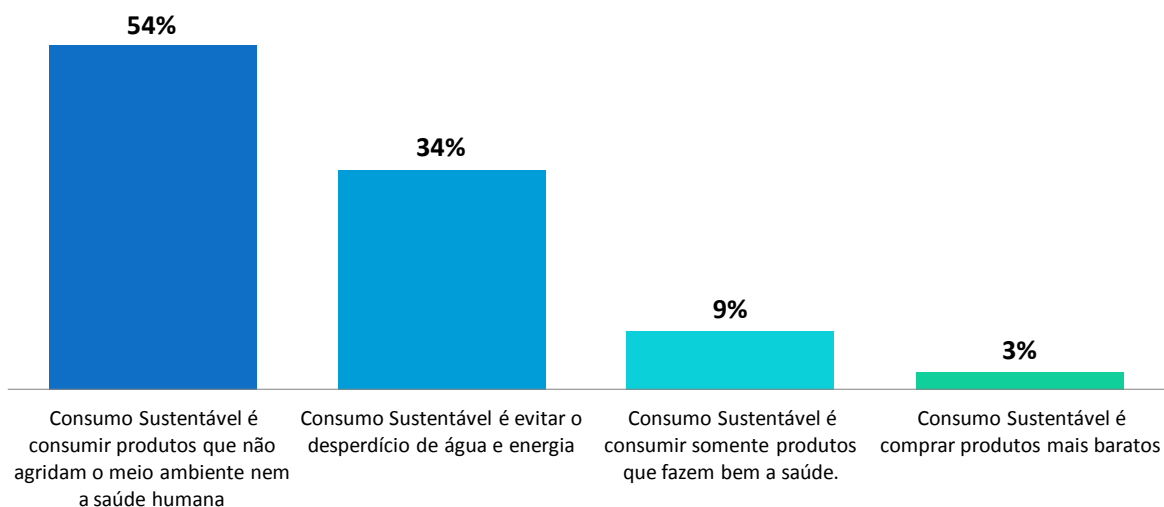
## HÁBITOS DE CONSUMO DO BRASILEIRO

- Dois terços, dizem desconhecer o que é “Consumo Sustentável”. Entre os 34% dos entrevistados que disse conhecer este conceito, 54% respondeu ser “*é consumir produtos que não agridem o meio ambiente e a saúde humana*”; e 34% “*é evitar o desperdício de água e energia*”. Uma minoria, 3% apontou que “*consumo sustentável é comprar produtos mais baratos*”.

### Conhecimento a respeito de consumo sustentável

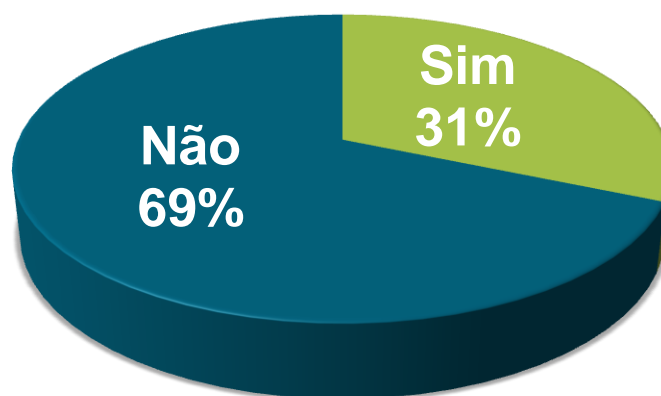


### O que é consumo sustentável? (apenas quem disse sim)

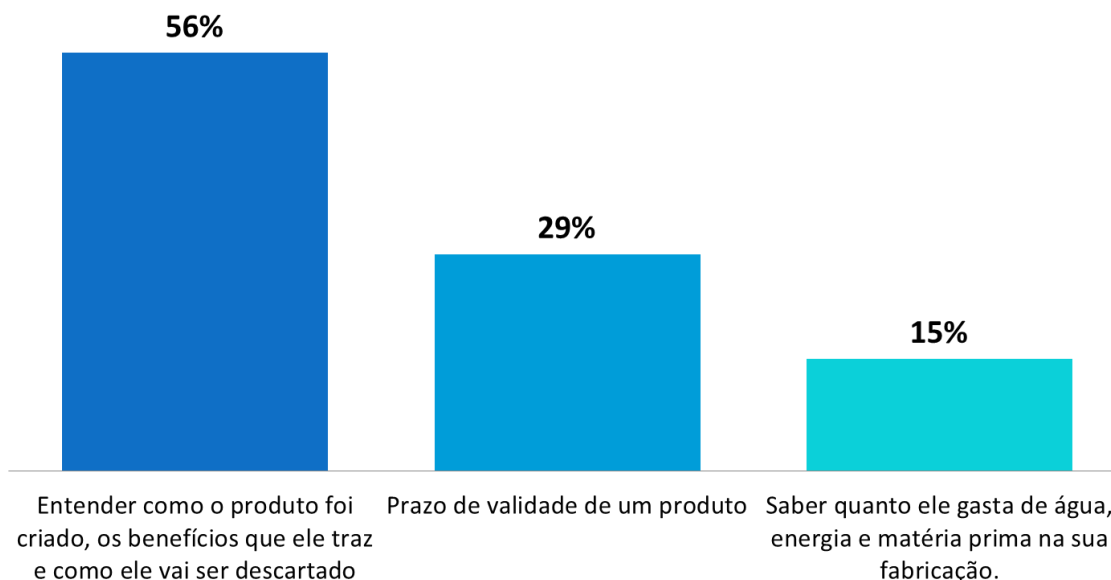


- No que diz respeito à noção de ciclo de vida de um produto, 69% dos entrevistados desconhece a expressão. Dentre os que afirmaram conhecê-la, a maioria respondeu indicando que a melhor definição dentre as alternativas apresentadas era “*entender como o produto foi criado, os benefícios que ele traz e como ele vai ser descartado*” (56%).

### Conhecimento a respeito de ciclo de vida de um produto



### Definição do conceito “ciclo de vida” de um produto



## Hábitos cotidianos de consumo

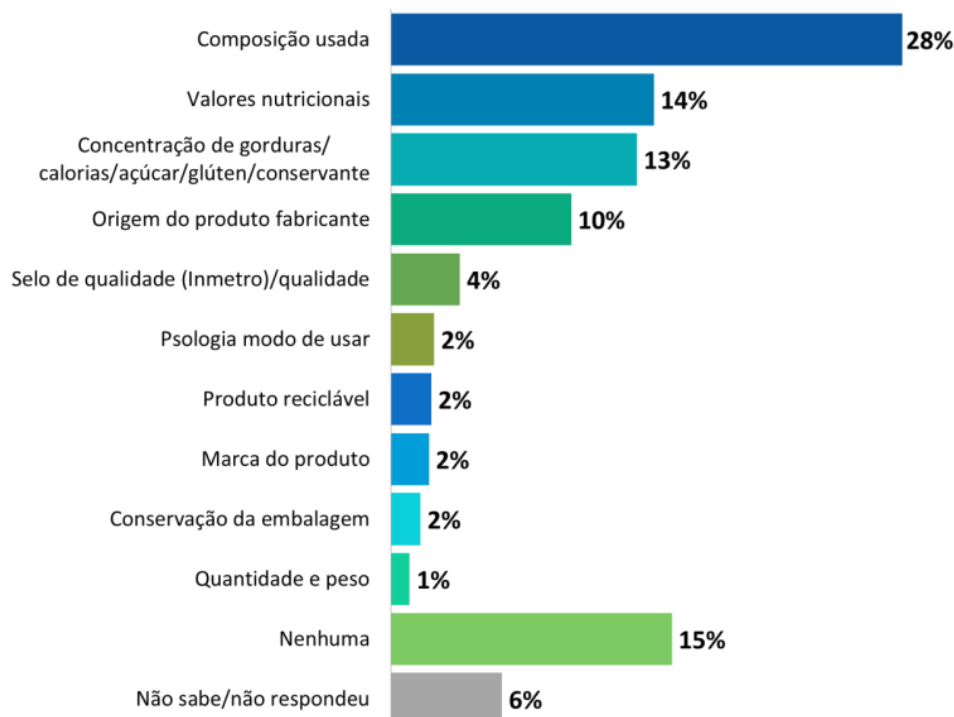
- Em relação aos hábitos cotidianos, a edição atual da pesquisa mostra que prática de verificação e leitura de informações nos rótulos de produtos está presente no dia-a-dia de 62% da população brasileira. Um dado curioso é obtido quando se compara o percentual da classe C (44%) com o nacional geral: existe uma diferença de quase 20 pontos percentuais.
- A composição dos produtos, desconsiderando a informação sobre o prazo de validade, é a informação mais buscada por quem lê os rótulos/embalagens, com 23% das respostas em uma pergunta espontânea de resposta única. Apenas 2% dos respondentes disseram procurar informações a respeito de o produto ser reciclável.
- Analisando pela série histórica de 2001 a 2012, observa-se que os brasileiros reagem positivamente diante de um produto cujo rótulo indique fabricação ambientalmente correta. Em 2001, 81% dos respondentes afirmou se sentir mais motivado diante de tal informação, em 2006 o percentual foi de 76% e voltou a subir em 2012, quando alcançou o equivalente a 85%. O mesmo ocorre com relação à disposição por parte do consumidor brasileiro para comprar produtos orgânicos: 73% em 2001; 81% em 2012.
- Estratificando-se estes dados, observa-se o perfil predominante das pessoas mais motivadas a comprar produto fabricado de maneira ambientalmente correta. As regiões mais motivadas a consumir este tipo de produto são o *Nordeste* e o *Sul*. O nível de escolaridade predominante é o *superior incompleto* e o principal público tem renda familiar superior a cinco salários mínimos. Ao realizar esta mesma análise para um produto cultivado organicamente, a região Sul se destaca. O nível de escolaridade continua sendo o *superior incompleto* assim como a renda familiar mínima é aquela acima de cinco salários.
- No que tange a intenções de mudanças de comportamento visando tornar a relação com o meio ambiente mais amigável, os itens que obtiveram maior destaque foram: “*interesse em utilizar garrafas PET/retornáveis*” (88%), “*utilizar embalagens que decompõem mais rápido*” (85%) e “*comprar produtos concentrados que utilizem menos água*” (82%).
- Na edição de 2012, arguiu-se a respeito do uso e conhecimento sobre produtos concentrados, que vêm sendo recentemente fabricados

principalmente nos artigos de limpeza. Os produtos concentrados têm custos reduzidos em diversas etapas da cadeia produtiva, o que gera ganhos para produtores, redução de preço aos consumidores e benefícios ao meio ambiente, inclusive dependem de menor volume de água. Em pergunta espontânea e de múltipla resposta, as versões concentradas de sabão em pó (76%), detergente (63%) e amaciante (53%) são as mais conhecidas entre os brasileiros.

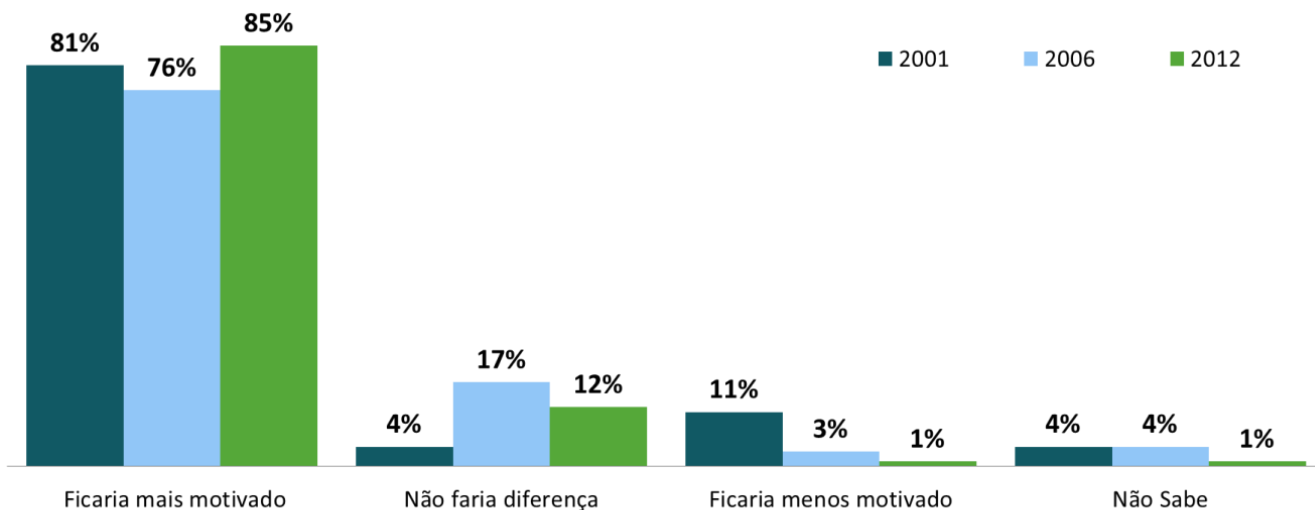
### Verifica ou busca informações em rótulos/embalagens



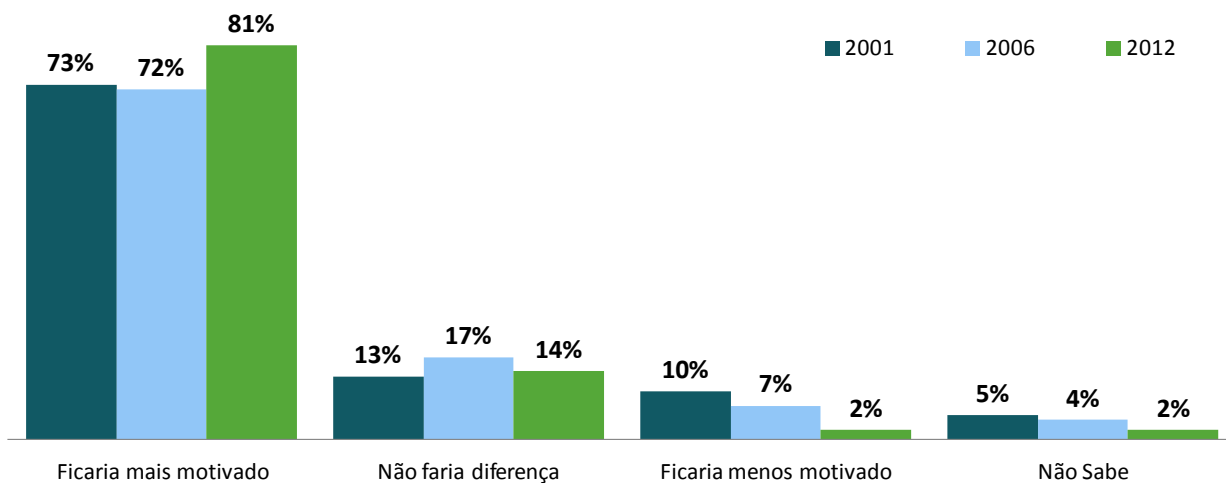
### Informações buscadas nos rótulos e embalagens dos produtos



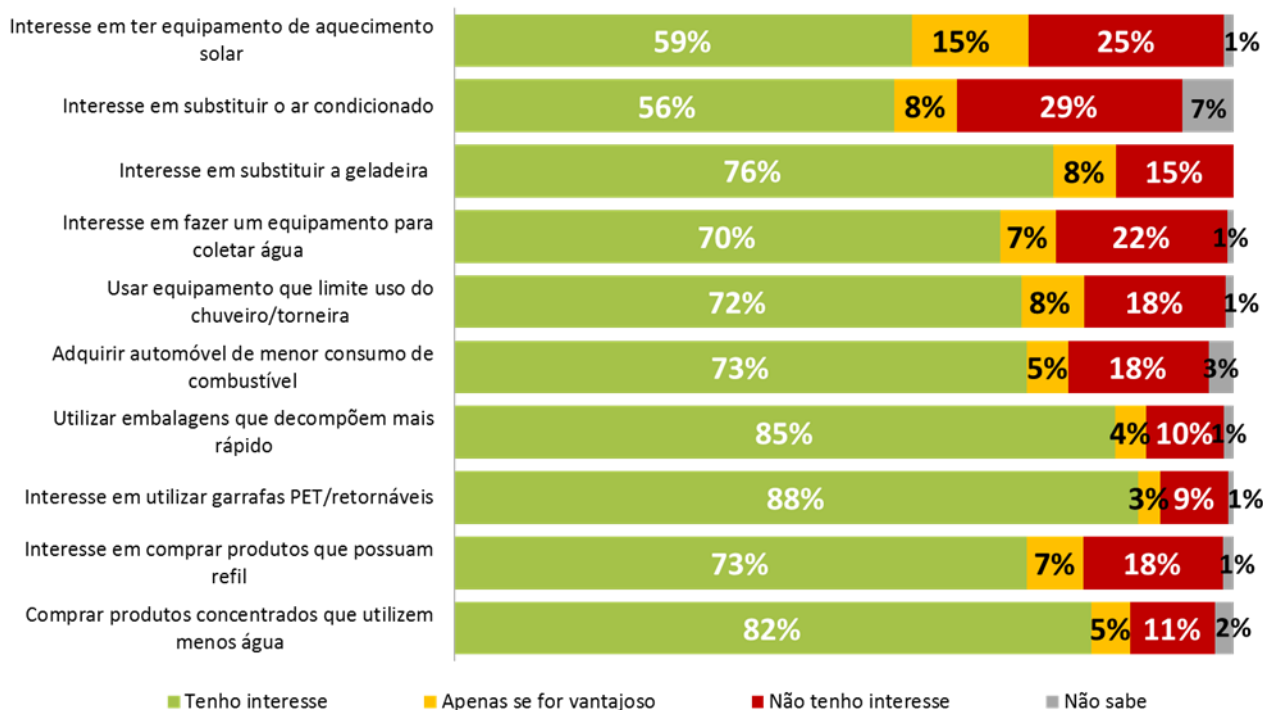
### Reação diante de um produto fabricado sem danos ao meio ambiente



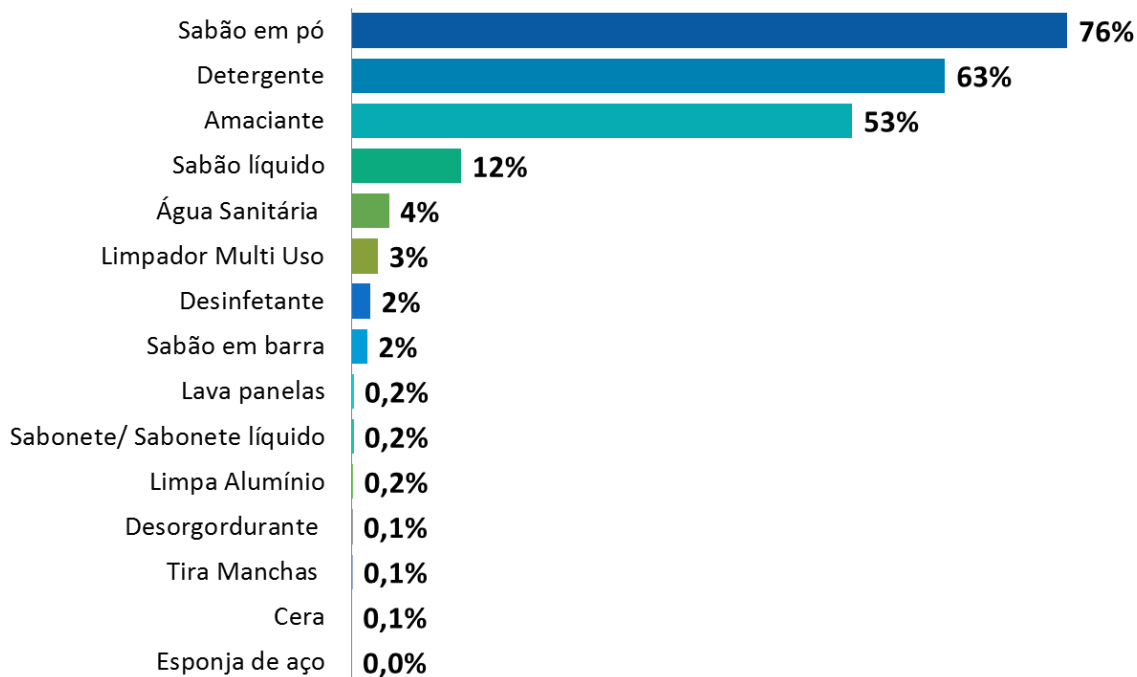
### Motivação para compra de produtos: cultivados organicamente



### Interesse em mudanças de comportamento em função do meio ambiente



### Uso de produtos concentrados



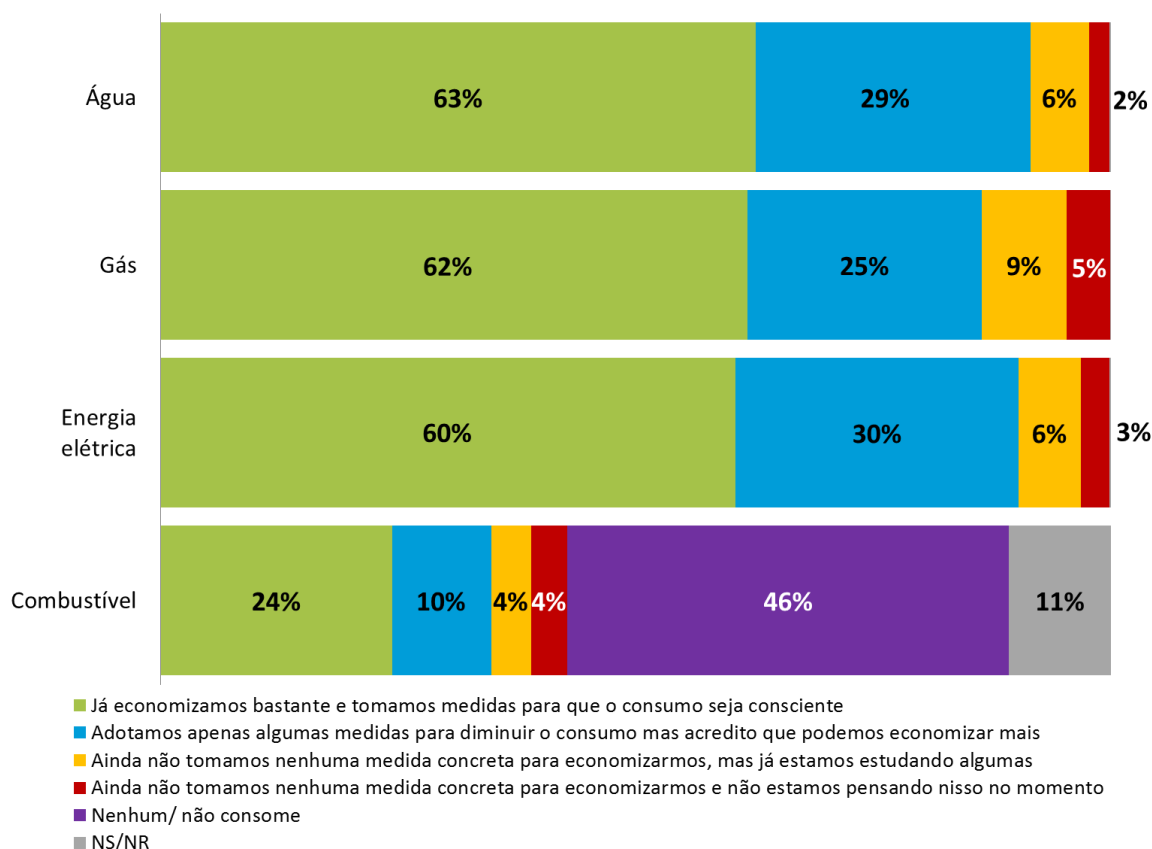


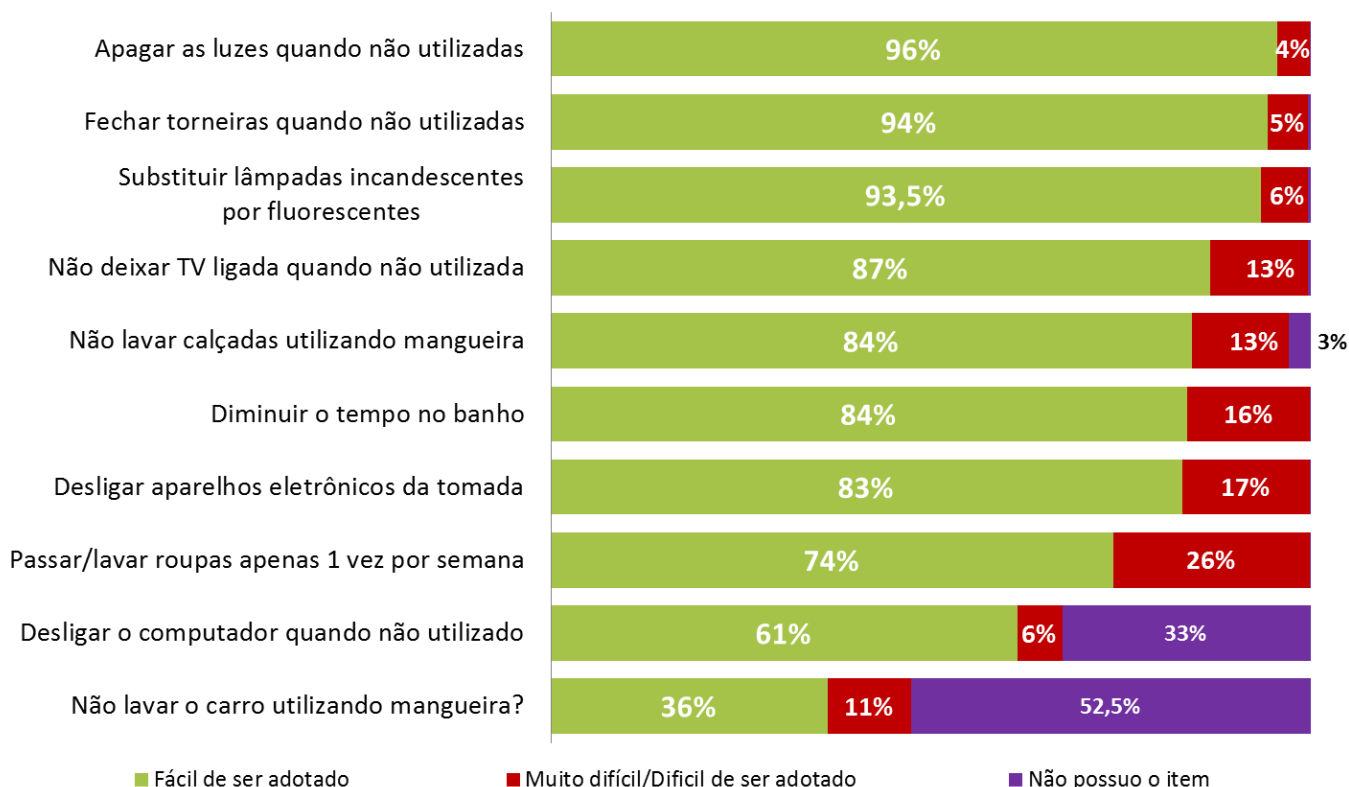
## Hábitos em relação ao consumo de água, energia elétrica e gás

- A maior parte dos brasileiros respondeu em 2012 que acredita ter hábitos econômicos e que toma medidas para que o consumo de água (63%), gás (62%) e energia elétrica (60%) seja consciente. Sobre o item combustível, 46% deles responderam não consumi-lo.
- Nos testes sobre hábitos de consumo consciente, a maioria é vista pelos respondentes como de fácil adoção e prática. “*Não lavar carro usando mangueiras, apenas balde*” foi o único item que não alcançou percentual acima de 60% no que diz respeito à facilidade de realização no cotidiano. É interessante observar que são altos os percentuais de facilidade de adoção de práticas conscientes de consumo, chegando a 96% no item “apagar as luzes quando não utilizadas”, mesmo sendo difícil afirmar que todos eles efetivamente o façam. O fato de ter consciência de que um hábito é facilmente exequível, não implica na garantia de sua execução, mas já demonstra que isso faz parte de um valor compartilhado pela quase totalidade do grupo.

### Classificação quanto ao consumo familiar

#### Adoção e prática de hábitos por grau de dificuldade





## Necessidades de deslocamento e intenções de consumo

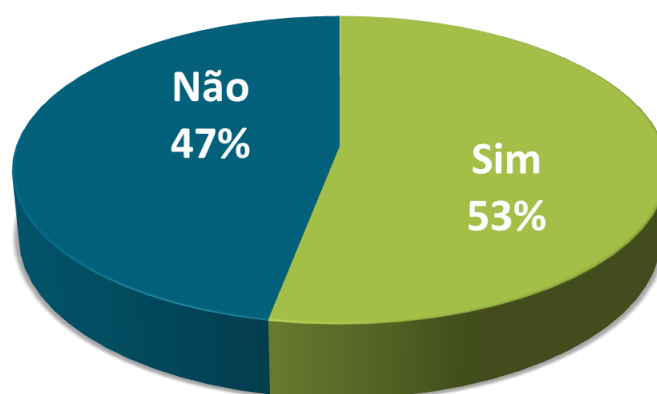
- O contexto atual é de expansão da taxa de motorização no Brasil, incentivada por reduções do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e políticas de popularização, aumento do crédito para consumidores e incentivo ao aumento de produção. Se de um lado há a euforia pela facilidade de consumo, aumento nos ganhos pelas facilidades na produção, do outro lado há o aumento de congestionamentos e problemas de poluição nas grandes cidades, colocando em questão a viabilidade do modelo vigente.
- Na edição de 2012 da pesquisa, foi analisada a intenção de comprar um carro dos brasileiros. 53% dos respondentes disseram ter ou estar pensando em comprar um carro. Este alto percentual encontrado está em sintonia, com a previsão ambiciosa apresentada pela Anfavea (Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores), embora não a confirme. Segundo matéria<sup>1</sup> publicada na Folha de São

<sup>1</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/995221-veiculo-por-habitante-vai-crescer-62-no-brasil-estima-setor.shtml>

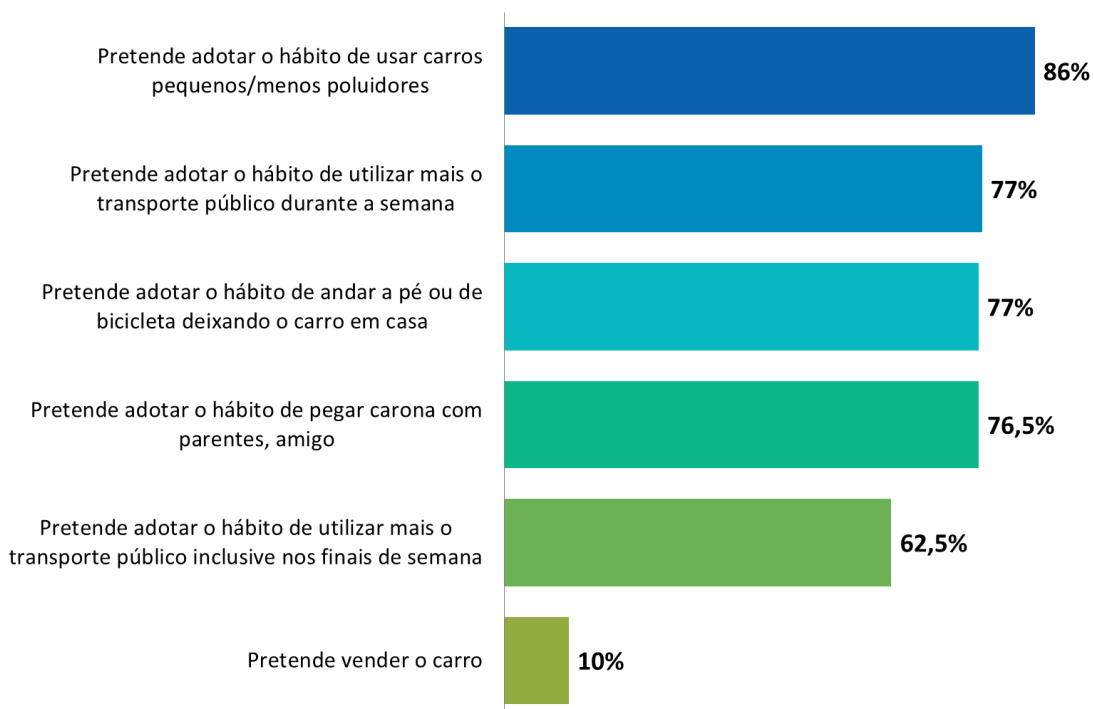
Paulo em outubro do ano passado, a pretensão da Anfavea é aumentar em 62,3% a taxa de motorização brasileira até 2020, de modo a passar dos atuais 154 para 250 veículos por 1.000 habitantes.

- Para além das previsões estatísticas que delineiam um cenário ainda mais complicado, problemas com deslocamento já fazem parte da experiência cotidiana de grande parte dos brasileiros. Perguntou-se aos brasileiros quais ações eles estariam dispostos a considerar pensando em suas necessidades atuais de deslocamento. Foram apresentadas possíveis ações acompanhadas da opção de estar ou não estar disposto a praticá-la e os resultados foram: “*pretende adotar o hábito de usar carros pequenos/menos poluidores*” (86%); “*pretende adotar o hábito de utilizar mais o transporte público durante a semana*” (77%); “*pretende adotar o hábito de andar a pé ou de bicicleta deixando o carro em casa*” (77%); “*pretende adotar o hábito de pegar carona com parentes, amigo*” (76,5%); “*pretende adotar o hábito de utilizar mais o transporte público inclusive nos finais de semana*” (62,5%); e “*pretende vender o carro*” (10%). A partir da comparação entre a opção mais aceita (*uso de carros pequenos e menos poluidores*) e a menos aceita (venda do carro) pode-se observar que o brasileiro mostra-se envolvido com o consumo de carros, contudo, também é alta a aceitação de opções que adotam o transporte coletivo e o uso de bicicletas.

### Você tem ou está pensando em comprar um carro?

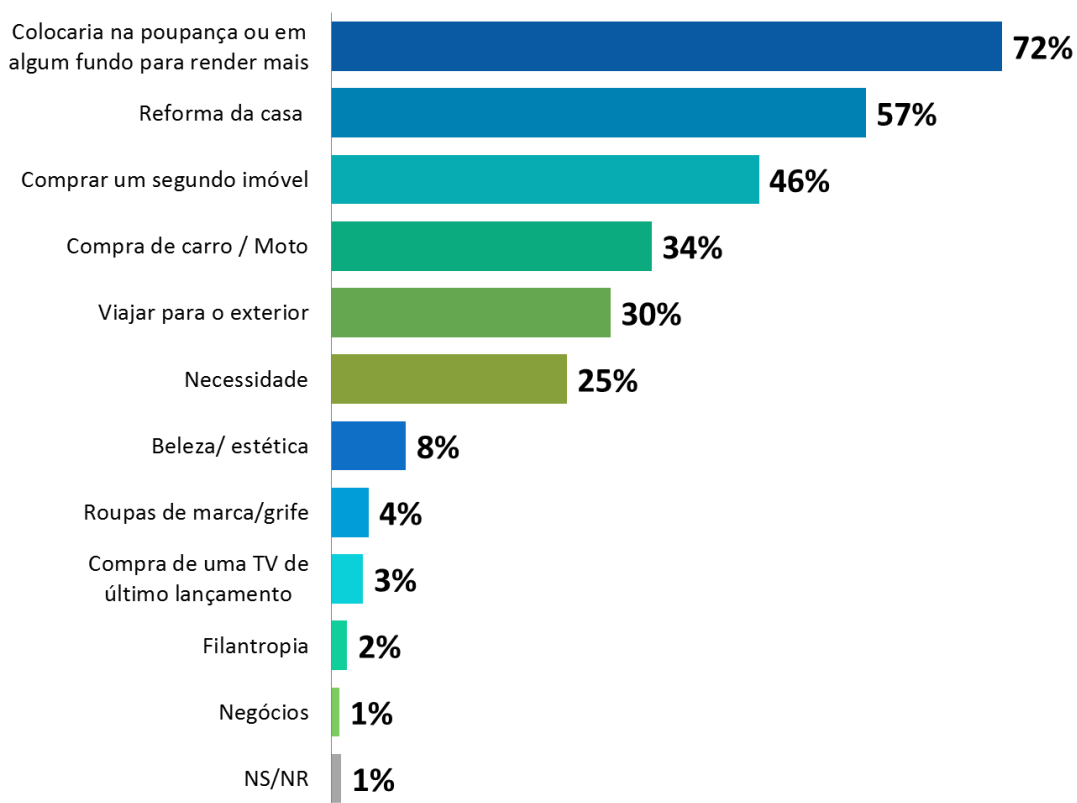


### Hábitos que estaria disposto a adotar para reduzir o trânsito e a poluição gerada pelos carros



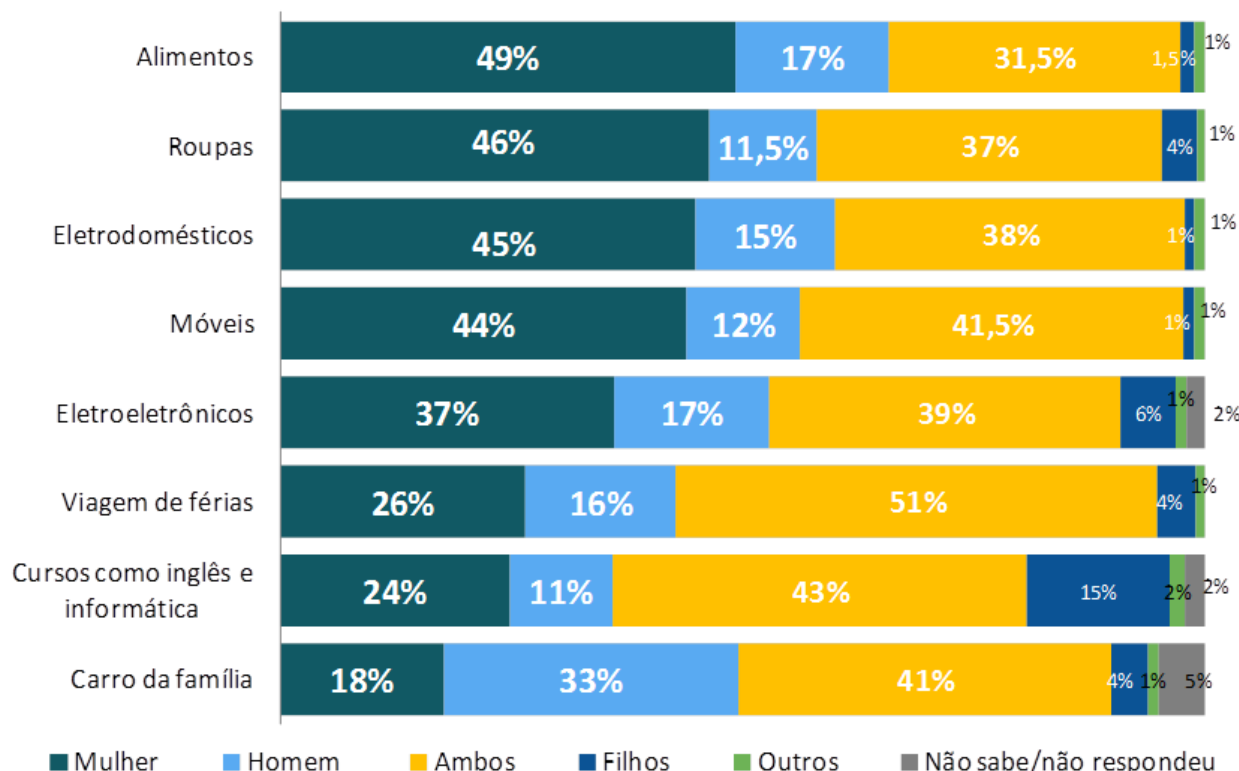
- Para o caso de uma renda extra, os brasileiros querem fazer “*poupança*” (72%) ou a “*reforma da casa*” (57%). Chama a atenção a motivação para *comprar carro* (46%) ou *moto* (34%) e o fato de que a “*viagem ao exterior*” entrou definitivamente no cardápio de opções da população: 30%. No que se refere à intenção de comprar um carro, o perfil predominante nas respostas é composto por homens, das regiões Centro-Oeste e Nordeste. A pergunta permitia que o entrevistado fizesse três opções em termos de prioridade.

### Com que gastaria se tivesse renda extra



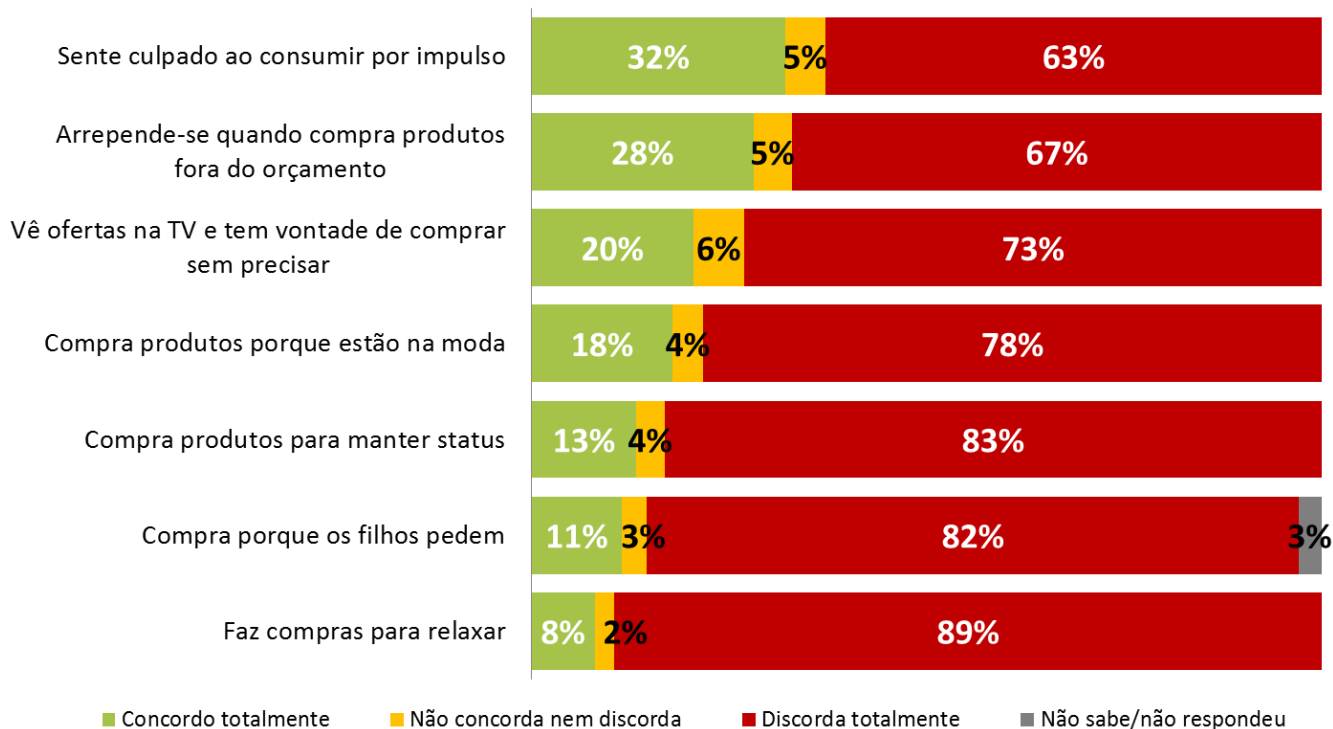
- A pesquisa de 2012 confirma o que outros estudos vêm dizendo: a mulher é quem exerce o maior poder de decisão no domicílio quando o assunto é a compra de produtos, principalmente para o abastecimento da família (alimentos, vestuário, móveis, higiene e beleza). Mas itens classificados como bens duráveis (eletroeletrônicos), ou as férias no exterior são decididos por “ambos” ou pelos homens. Os únicos itens em que os filhos opinam com força são os cursos de inglês ou informática.

## Pessoa que decide a compra no domicílio



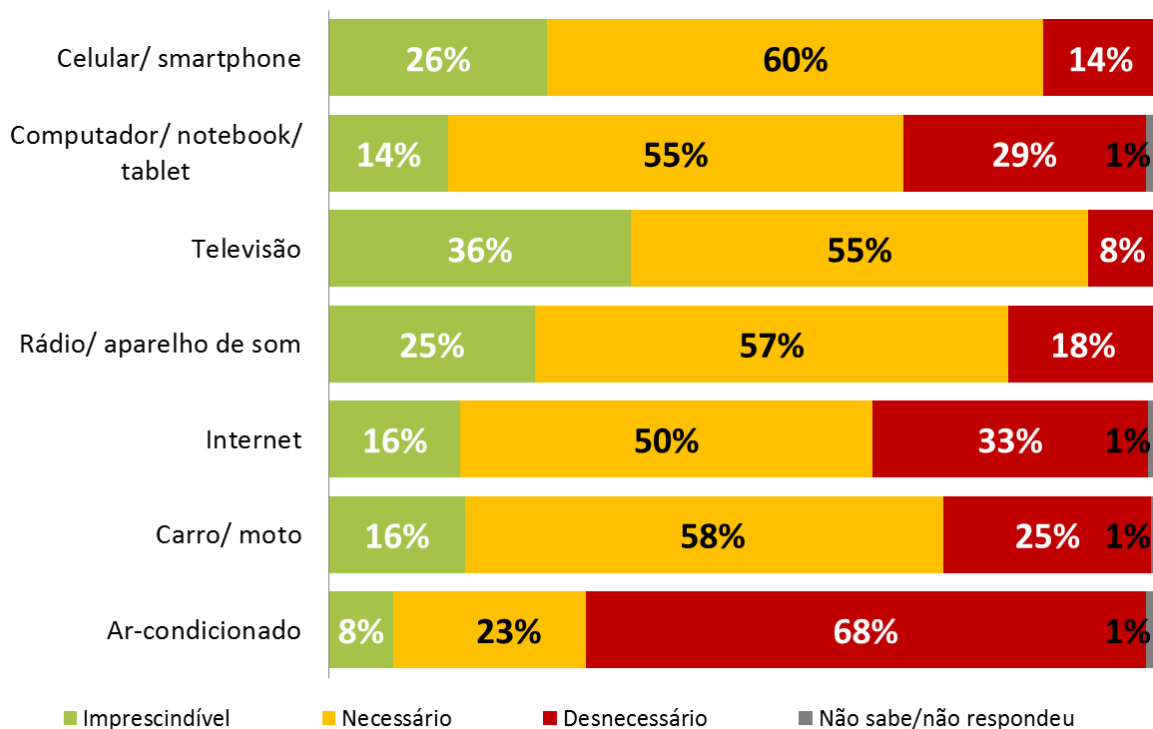
- A maioria da população afirmou não *comprar por impulso* (63%) ou *arrepender-se depois* (67%). Entretanto, um nicho que variou de 8 a 32% afirma comprar por razões que vão além da necessidade: para *relaxar* (8%); para “*estar na moda*” (18%); *sentindo culpa* (32%) e *arrependimento depois por extrapolar o orçamento* (28%). Neste foco as mulheres jovens (16-34 anos) tendem a admitir mais que as mulheres mais velhas que compram por impulso. Ainda segundo a edição de 2012, 11% das mulheres compra para relaxar, contra 5% dos homens que assume ter este hábito. As mulheres também se sentem mais vontade em comprar algo quando veem ofertas na TV, mesmo que não precisem – 23% das mulheres admite este impulso, contra 17% dos homens.

### Sentimentos e hábitos em relação ao consumo



- No que diz respeito à percepção dos brasileiros sobre a necessidade de itens de consumo, observa-se grande vínculo material indicado pelos altos percentuais das opções *necessário* e *imprescindível*. Somando as duas opções, todos os itens, exceto o *ar condicionado*, obtêm altos percentuais: *televisão* 92%; *celular/ smartphone* 86%; *rádio/ aparelho de som* 82%; *carro/moto* 74%; *computador/ notebook/ tablet* 69%; *internet* 66%; e *ar-condicionado* 31%.

## Classificação de itens quanto à necessidade



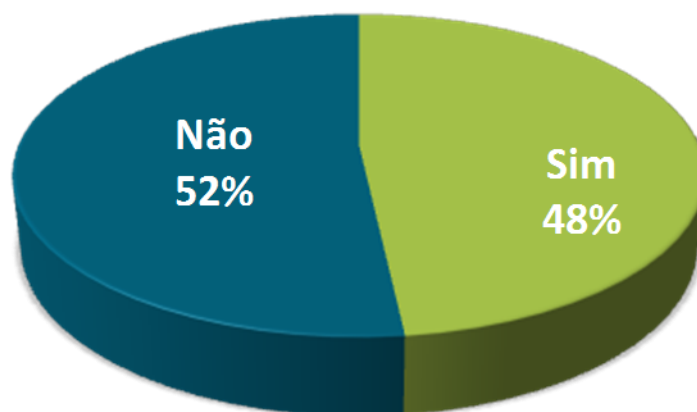
- No tópico sobre hábitos de consumo o comportamento dos jovens segue um padrão diferenciado, conforme se pode observar nos dados de 2012. Os jovens de 16 a 24 anos sentem-se mais culpados quando compram por impulso – 47% contra 32% do total da população. Também se arrependem mais quando compram algo fora do orçamento – 39% dos jovens se arrependem, contra 28% do geral. São eles também quem compram produtos por prazer, ou porque algo está na moda – 37,5% contra 18% do geral. Os mesmos também compram mais para manter a imagem ou status – 26% dos jovens contra 13% do geral. Jovens também sentem mais vontade em comprar produtos ao ver ofertas na TV, mesmo que seja algo que não precisem – 30% contra 20% do total da população. Os jovens são os que mais consideram celulares e smartphones imprescindíveis – 35% disseram que não ficariam sem estes aparelhos de forma alguma, contra 26% da população. Os computadores também são mais imprescindíveis para os jovens – 23% disseram não ficar sem, contra 14% do total da população. A internet também faz mais falta para os jovens de 16 a 24 anos – 24% disseram que a internet é imprescindível, contra 16% do total.



## HÁBITOS DE DESCARTE E RECICLAGEM – ATITUDES PRÓ-ATIVAS

- A maioria, 52% da população brasileira ainda não separa lixo, mas quase metade (48%) afirma fazê-lo. Esta disposição em separar o lixo é maior nas áreas urbanas (50%) contra 35% na área rural. A região Sul possui o maior percentual de coleta seletiva (76%), seguida pelo Sudeste (55%), Centro-Oeste (41%) e Nordeste (32%). A região Norte possui o menor índice de famílias que separam o lixo, 27%. A análise fragmentada por classes sociais, mostra que há uma diferença proporcional à classe em relação à reciclagem de lixo na residência (se recicla ou não). A diferença é encontrada entre as classes AB para a Classe C. E também entre a Classe C e as classes DE. Na classe C 47% reciclam e nas inferiores 36%, uma diferença de 11 pontos percentuais.

### Separação do lixo da residência para reciclagem

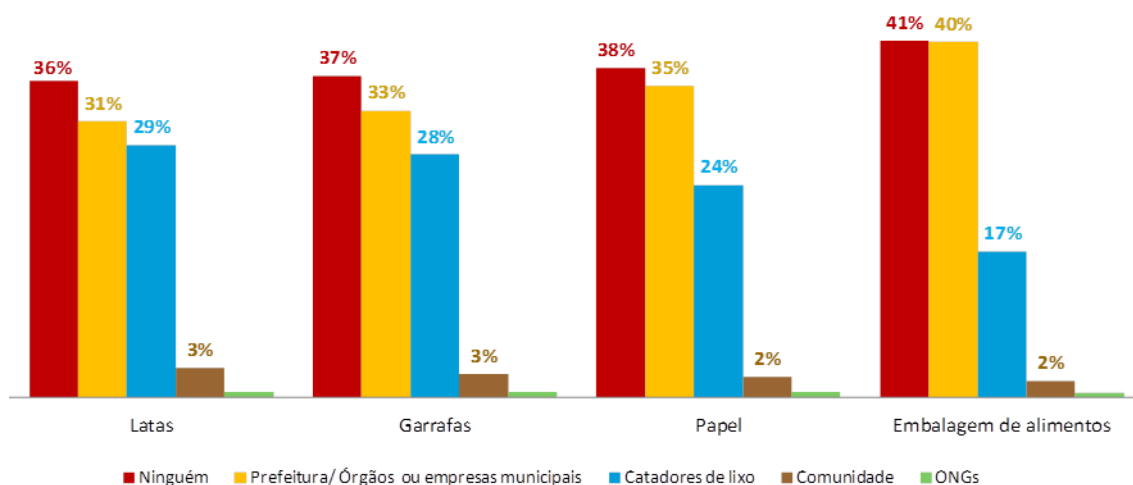


### Cruzamento por tipo de setor

Separa o lixo?	Tipo de setor		
	Urbano	Rural	Total
Sim	50%	35%	48%
Não	50%	65%	52%
<b>Total</b>	<b>87%</b>	<b>13%</b>	<b>100%</b>

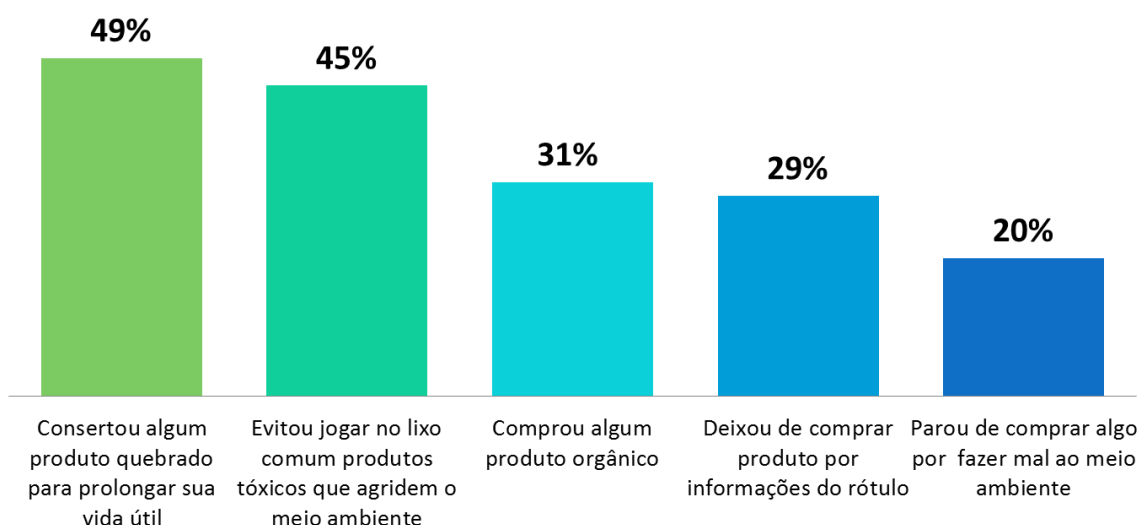
- A população reconhece a prefeitura como quem faz a coleta seletiva em primeiro lugar e depois os catadores, sendo que o maior percentual fica para “ninguém”. Os itens mais coletados na separação são a lata, garrafa e papel. As embalagens de alimento são os itens mais apontados como não sendo alvo da coleta seletiva. Este resultado é complementado por outra bateria de respostas, onde entre as atitudes proativas dos brasileiros, sobressai a disposição para separar o lixo, contribuindo com uma das maiores políticas públicas do País, na atualidade.
- Em uma análise fragmentada por classe observa-se que a diferença entre as classes C e DE é notavelmente alta. Os catadores de lixo obtêm o percentual de 34% classe C , já nas classes D E esse percentual é de 18%. No que tange as repostas que dizem que ninguém realiza coleta de latas no bairro, a classe C (29%) tem um percentual bastante próximo a classe AB (27%), já nas classes DE(44%) o percentual é bem mais alto. Tal diferença de cerca de 15 pontos percentuais entre as classes AB-C e DE se repete nos demais materiais (garrafas, papel, etc), quase na mesma proporção.
- A disposição para separar o lixo vem aumentando significativamente desde 2001, em 2001 (68%); em 2006 (78%) e em 2012 (86%). As demais atitudes cotidianas para ajudar na proteção do meio ambiente que se destacam ao longo da série temporal são: “reduzir o consumo de energia elétrica na sua casa” 62% em 2001, 65% em 2006, e 61% em 2012; “eliminar o desperdício de água” 57% em 2001, 51% em 2006, e 58% em 2012. Embora se mantenham com percentuais altos, a redução no consumo de energia elétrica e a eliminação do desperdício de água não cresceram ao longo dos anos, já a disposição para separar lixo cresceu 18 pontos percentuais.
- Quando perguntados sobre algumas posturas adotadas em ações simples, intrínsecas ao cotidiano, nos últimos 12 meses os brasileiros ainda não demonstram grande consciência ecológica, mas os comportamentos pró meio ambiente já alcançam mais de 20% da população . Sendo que os percentuais acima de 40% merecem ser destacados, as ações de consertar algum produto quebrado para prolongar sua vida útil e evitar jogar no lixo comum produtos tóxicos que agridem o meio ambiente estão sendo praticadas por, respectivamente, 49% e 45% dos brasileiros, segundo a edição de 2012.

### Quem promove a coleta seletiva no bairro



### Atitudes cotidianas para ajudar na proteção do meio ambiente (comparação)

ATITUDES QUE ESTARIA DISPOSTO A TOMAR	2001	2006	2012
Separar o lixo de sua casa, deixando papéis, vidros, plásticos, latas e restos de alimentos separados para serem reaproveitados	68%	78%	86%
Reduzir o consumo de energia elétrica na sua casa	62%	65%	61%
Eliminar o desperdício de água	57%	51%	58%
Reduzir o consumo de gás na sua casa	21%	16%	22%
Participar um domingo por mês de um mutirão de reforestamento ou limpeza de rios e córregos	20%	17%	15%
Participar de campanhas de boicote a produtos de empresas que poluem o meio ambiente	15%	16%	11%
Pagar um imposto que seria usado para despoluir rios atingidos por esgotos	7%	7%	9%
Pagar mais caro por frutas, verduras e legumes cultivados sem produtos químicos	6%	10%	8%
Comprar eletrodomésticos mais caros desde que consumam menos energia	5%	8%	6%
Só adquirir animais silvestres se eles forem certificados pelo IBAMA	0%	3%	3%
Contribuir em dinheiro para organizações que cuidam do meio ambiente	5%	4%	2%
Não sabe/não opinou	31%	1%	2%
Nenhum destes/Outros	1%	1%	1%

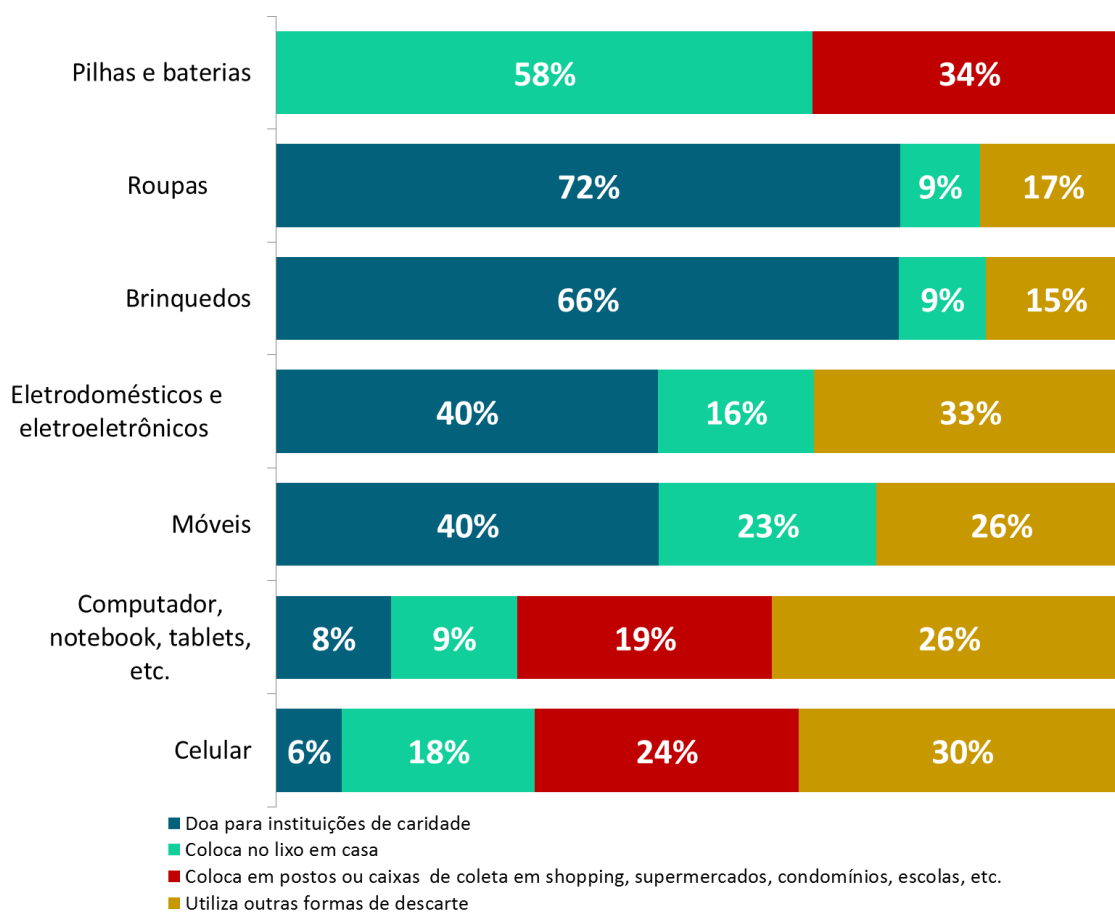
**Ações realizadas nos últimos 12 meses - 2012**

- Em 2012, observa-se que a população brasileira apresenta comportamentos variados quanto à forma de descarte de produtos. O descarte incorreto de pilhas e baterias via lixo da própria residência aparece como uma das formas mais utilizadas pelos brasileiros (58%); 18% diz jogar o celular usado no lixo; 9% diz descartar notebooks e componentes de computadores no lixo; e 16% afirma o mesmo para eletrodomésticos. Em geral o que mais se reaproveita é, nesta ordem, por meio de “doação”: roupas (72%); brinquedos (66%) e móveis (40%). Por outro lado, percebem-se algumas mudanças em direção à utilização de postos ou caixas de coleta disponíveis em locais públicos.
- Ao fragmentar a análise por classe, são observadas variações nas formas e locais de descarte. Quanto ao local em que descarta o celular: a classe AB e C apresentam o mesmo percentual de 26% para coleta seletiva, sendo o dobro de DE, cujo percentual é 13%. No descarte de computador também existe um padrão similar para coleta seletiva entre classe C e classe AB, em torno de 22%, e menos da metade na DE, 10%. No que diz respeito ao descarte de pilhas e baterias, a classe C descarta mais no lixo de casa e a classe AB descarta mais na coleta seletiva.
- Quanto aos hábitos incorretos de descarte de matérias, os resultados da edição de 2012 indicam um aprendizado da população brasileira no sentido de coibir práticas indesejáveis, principalmente no que diz respeito a jogar o óleo usado na pia 71% dos respondentes disseram

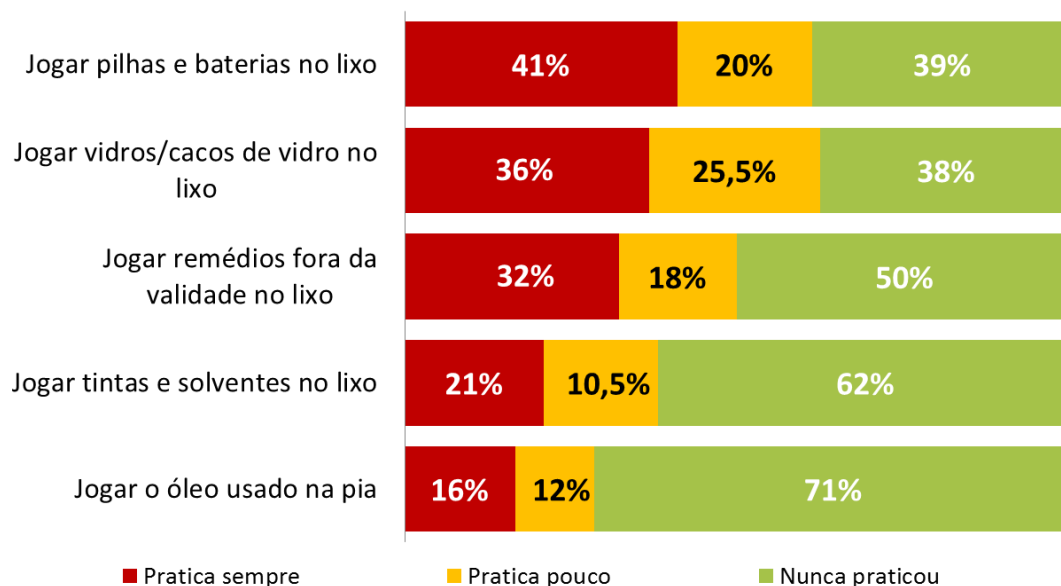
nunca realizar tal ato. Todavia no que diz respeito ao descarte de pilhas e baterias no lixo comum, ainda é alto o percentual de praticantes deste erro, 41% dos respondentes afirmou “praticar sempre” e 20% “pratica pouco”.

- No que concerne às sacolas plásticas, a maioria dos brasileiros ainda não adotou o uso de sacolas próprias, não plásticas.

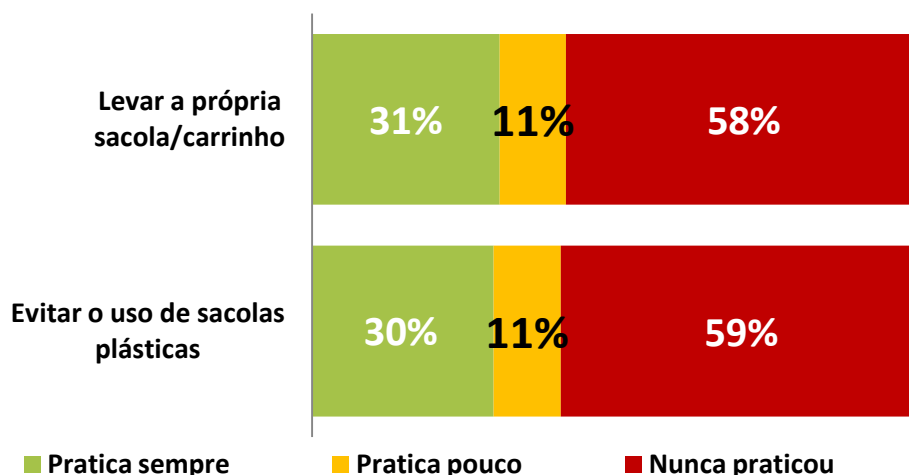
### Hábitos de descarte do lixo



### Hábitos de descarte de materiais - desfavoráveis



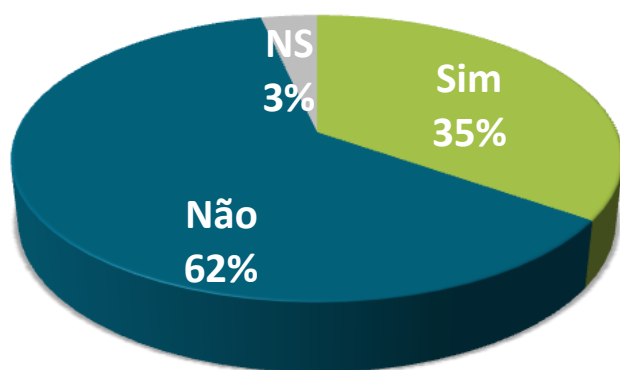
### Hábitos de descarte de materiais – favoráveis



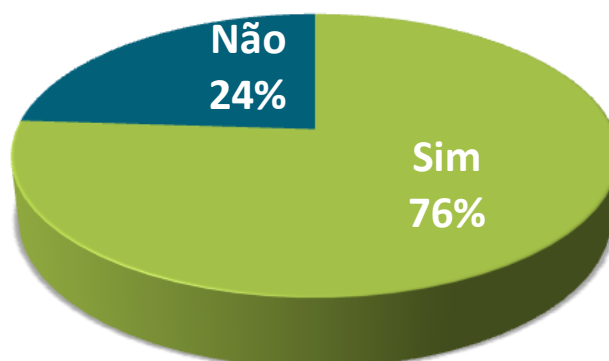
- 85% dos brasileiros diz estar disposto a aderir a uma campanha para reduzir o consumo de sacolas plásticas; 35% afirmam que em suas cidades já existem campanhas neste sentido e 58% dizem não ter o hábito de levar a própria sacola ou carrinho ao supermercado. As populações que menos ouviram falar em campanhas sobre redução do uso de sacolas plásticas se encontram no Nordeste e Norte do país. Este tipo de campanha predomina nas zonas urbanas (38,5%), sendo presentes em apenas 10% das áreas rurais.

- Na prática, portanto, os brasileiros ainda apresentam hábitos bastante predatórios ao meio ambiente e à sua própria qualidade de vida, mas aumenta a disposição para atitudes pró-ativas, assim como aumentou significativamente o conhecimento sobre os problemas. Políticas como a Nacional de Resíduos Sólidos e campanhas como “Saco é um Saco” já repercutem nos questionamentos e hábitos da população.

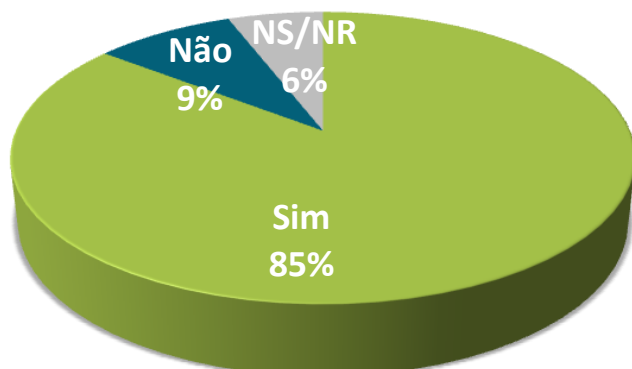
**Em sua cidade há campanhas para reduzir o uso de sacolas plásticas?**



**Adesão à campanha para reduzir consumo de sacola plástica (para quem sabe que há campanha em sua cidade)**



**Interesse em aderir a campanha para redução do consumo de sacolas plásticas (para quem não sabe se há ou para cidades que não têm a campanha –**



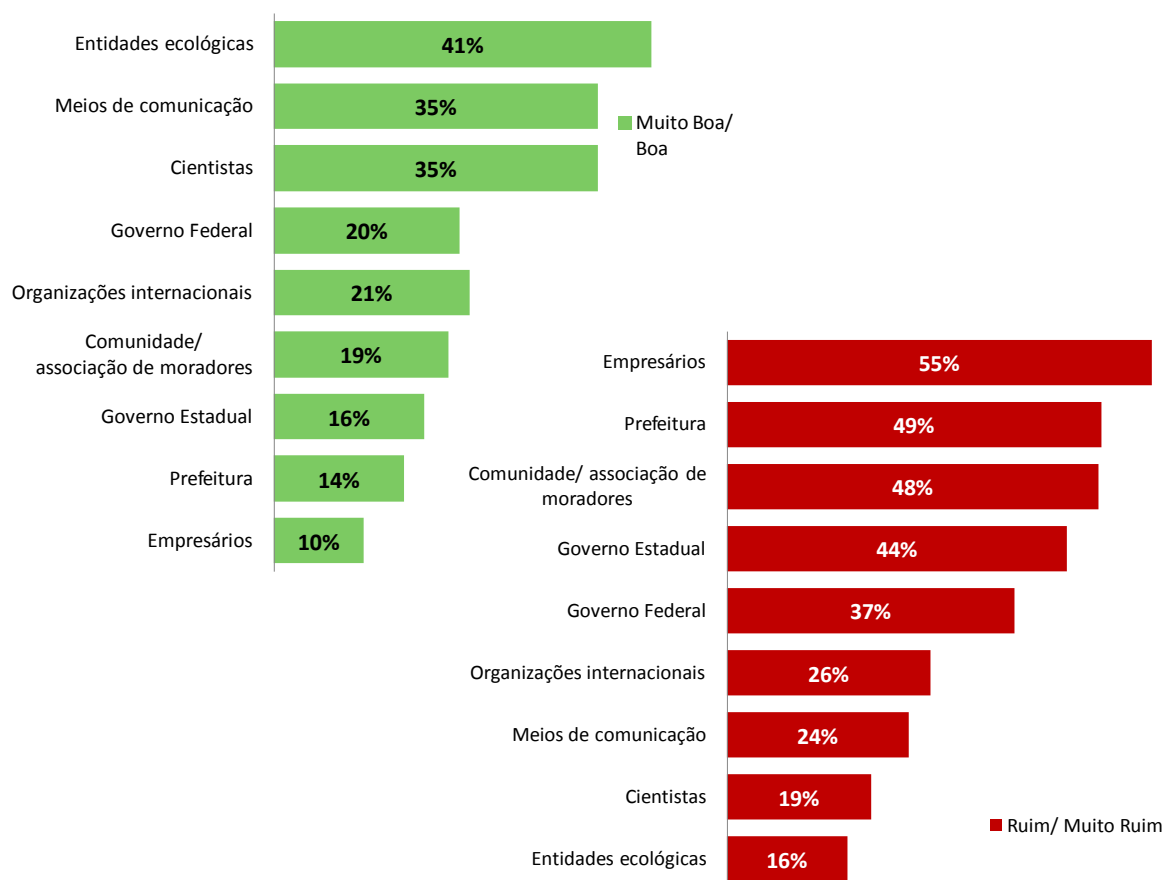
## PROTEÇÃO AO MEIO AMBIENTE

### Atuação de órgãos, grupos e entidades em Prol do Meio Ambiente

- Entidades ecológicas, meios de comunicação e cientistas são bem avaliados pela população brasileira quanto à sua atuação em prol do meio ambiente: 41% para entidades ecológicas e 35% para meios de comunicação e cientistas, (empatados) em uma questão que permitia apenas uma opção, em 2012. A comparação entre as avaliações de 2006 e 2012 indica aumento do grau de exigência dos brasileiros no que tange à atuação de cunho ambiental. Posto que a avaliação positiva de todos os órgãos diminui de 2006 para 2012. A maior queda ocorreu nas entidades ecológicas, saindo de 65% em 2006 para 41% em 2012, diminuição de 24 pontos percentuais.
- Por outro lado, persiste uma tendência negativa observada desde 1992 em relação aos empresários. Em 2006, os empresários receberam 57% de avaliação negativa, em 2012, 55% da população classificou sua atuação como “ruim” e “muito ruim”, demonstrando que as políticas chamadas de responsabilidade socioambientais não vêm sendo comunicadas devidamente, ou não têm conseguido alcançar o impacto positivo demandado.
- Olhando-se para a instância governamental, também se percebe um alto percentual de avaliação negativa que recai sobre as esferas municipal, estadual e federal, nesta ordem. Em 2012, os percentuais mais negativos vão para a esfera municipal (49%) e estadual (44%), portanto quase metade da população classifica a atuação dessas esferas como “ruim” e “muito ruim”, mostrando uma grande insatisfação. No terceiro lugar está a esfera federal com 37% de avaliação negativa.



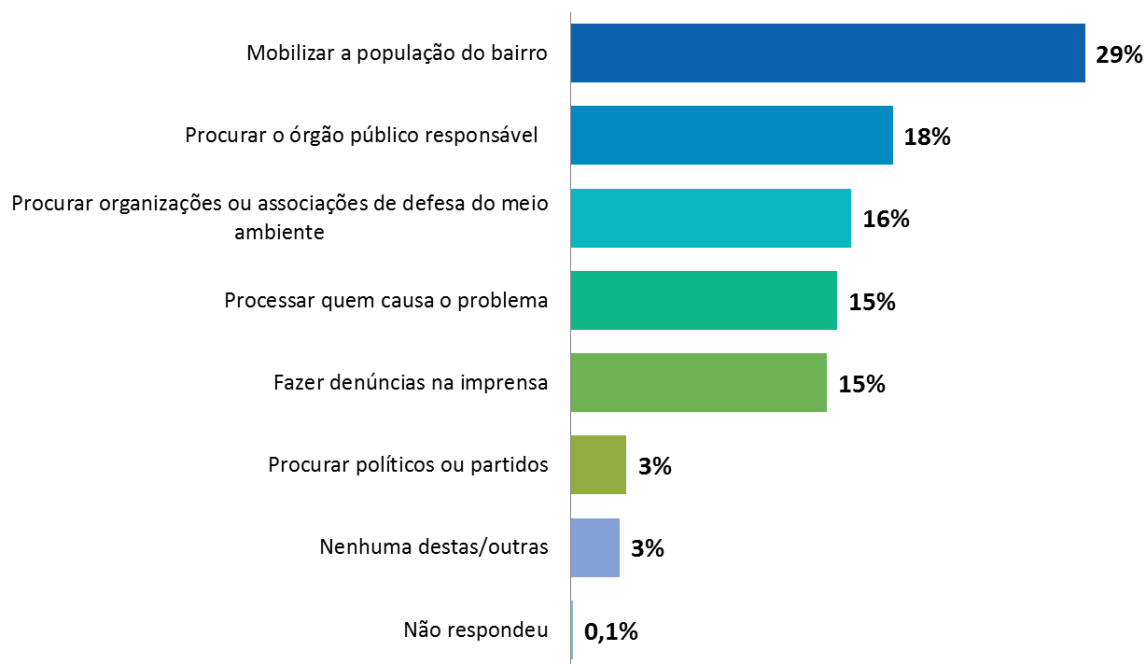
### Avaliação da atuação de órgãos, grupos e entidades na defesa do meio



		Positiva	Regular	Negativa	Não Respondeu
<b>Meios de comunicação</b>	2006	46%	37%	12%	5%
	2012	35%	36%	24%	6%
<b>Prefeitura</b>	2006	21%	35%	41%	3%
	2012	14%	33%	49%	4%
<b>Cientistas</b>	2006	47%	30%	13%	10%
	2012	35%	27%	19%	19%
<b>Governo Estadual</b>	2006	21%	38%	35%	5%
	2012	16%	34%	44%	6%
<b>Entidades ecológicas</b>	2006	65%	21%	6%	8%
	2012	41%	32%	16%	11%
<b>Governo Federal</b>	2006	23%	38%	34%	5%
	2012	20%	37%	37%	6%
<b>Empresários</b>	2006	11%	25%	57%	7%
	2012	9%	26%	55%	9%
<b>Organizações internacionais</b>	2006	36%	31%	19%	14%
	2012	21%	30%	26%	23%
<b>Comunidade/ associação de moradores</b>	2006	23%	29%	40%	8%
	2012	19%	25%	48%	8%

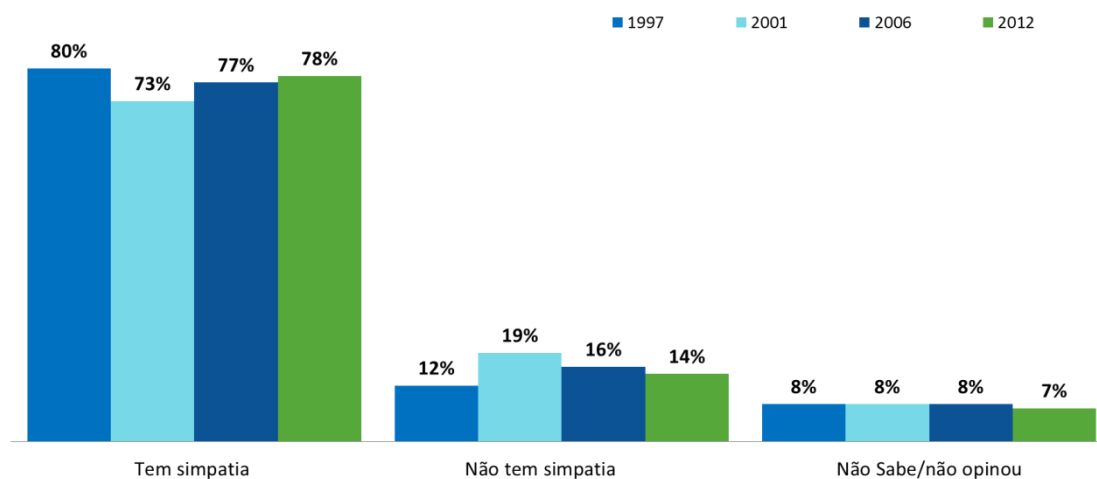
- Embora a “comunidade/ associação de moradores” tenha recebido nas duas últimas edições desta pesquisa avaliações negativas no que diz respeito a sua atuação em prol do meio ambiente, 40% em 2006 e 48% em 2007. Os brasileiros demonstram acreditar na potencialidade da ação local coletiva, apontando, em 2012, a mobilização da população do bairro como a melhor alternativa para demandar solução de problemas ambientais (29%).

### Melhor alternativa para solucionar problemas ambientais



- No caso específico das organizações ecológicas, é curioso observar que a simpatia em relação ao trabalho que elas desenvolvem não cresceu ao longo da série de 1997 a 2012.

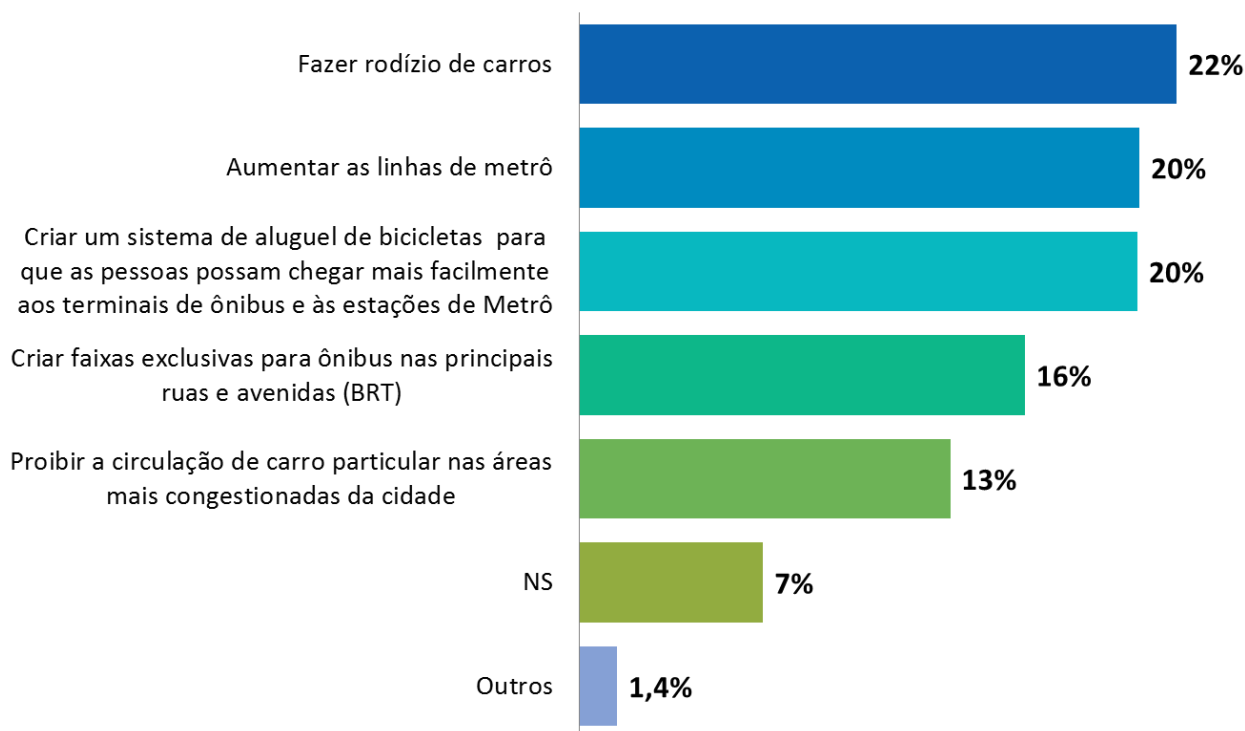
### Simpatia por organizações ecológicas



- No que diz respeito à atuação do governo, não há supremacia entre as formas de atuação que os brasileiros consideram importantes e eficazes para consumo saudável, todas as quatro alternativas apresentadas alcançaram percentuais na casa dos 20%, em 2012. Tendo sido tão questão de resposta única, tal resultado indica um equilíbrio entre os graus de importância de cada uma das ações apresentadas. São elas: “dar incentivo financeiro ao produtor de alimentos orgânicos”(24%); “diminuir os impostos de produtos não poluentes”(24%); “dar incentivo fiscal para indústrias que usam materiais recicláveis nos seus produtos” (23%); “exigir que as empresas façam campanhas para ajudar o consumidor a decidir o melhor produto que ele quer comprar”(23%).
- Quanto o assunto é o volume de carros e motos e a poluição que eles acarretam nas cidades, novamente há certo equilíbrio entre as principais possíveis medidas a serem tomadas pelo governo. Rodízio de carros, aumento das linhas de metrô, criação de sistema de aluguel de bicicletas são demandas apresentadas por cerca de 20% dos respondentes.

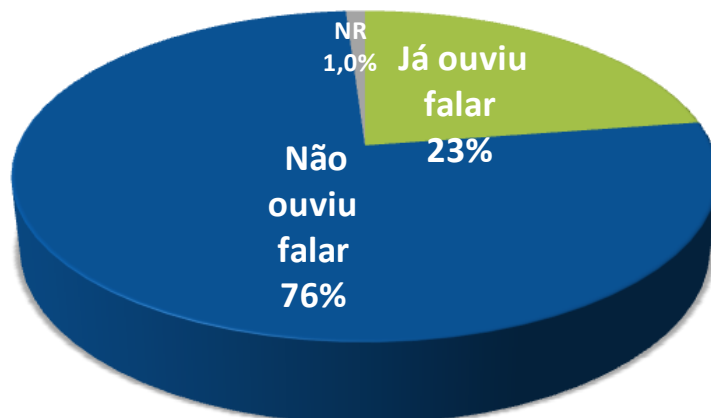
#### Ação governamental mais importante/eficaz para consumo saudável e sustentável



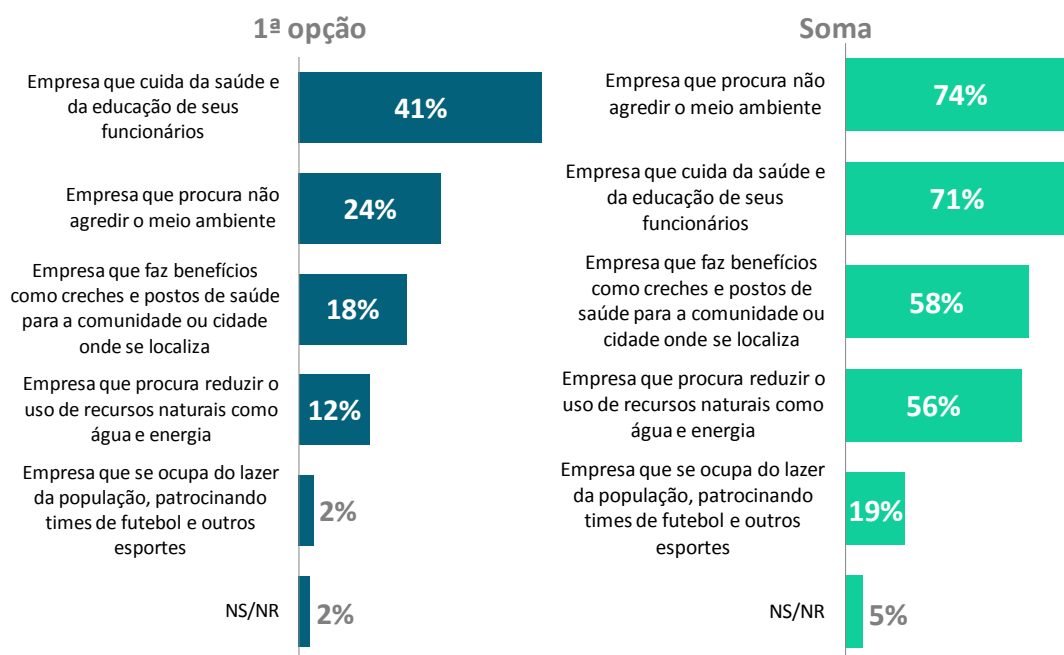
**Ações governamentais voltadas para volume de carros e motos**

- Chegando ao tópico específico sobre empresas. A população não domina ainda o conceito de “empresa cidadã”: 76% nunca ouviram falar. Mas para os que ouviram falar (24%), as ações mais valorizadas (com três opções de resposta) são: “empresa que cuida da saúde e educação de seus funcionários” (41%) e em segundo lugar “empresas que não agredem o meio ambiente” (24%). Quando se somam as três opções, o “meio ambiente” vem em primeiro lugar com 74% das opções.
- 60% da população não soube, espontaneamente, citar nenhuma “empresa cidadã”, ou social e ambientalmente responsável. O restante citou empresas com impacto regional ou local. Entre as estatais a mais citada foi a Petrobrás (5%). Entre as privadas foram citadas a Natura (2%) e O Boticário (2%).

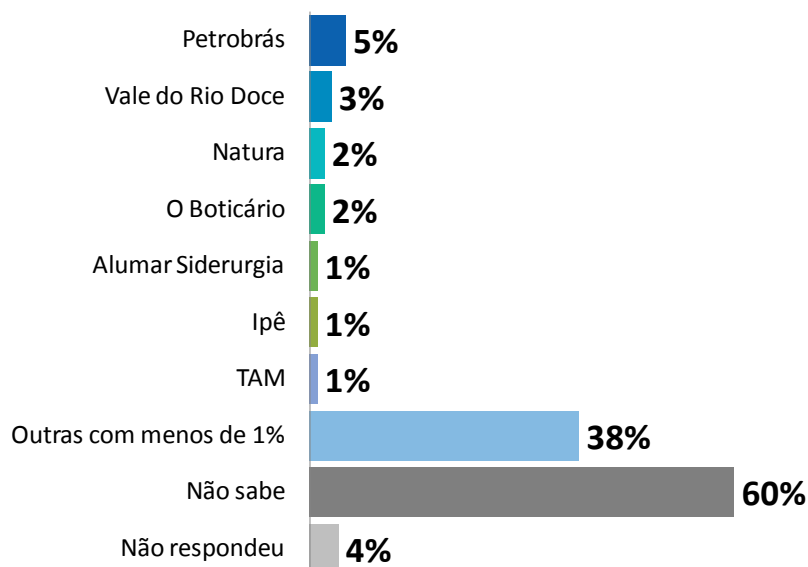
### Conhece o conceito de empresa cidadã?



### Valores e ações que devem ser respeitados para atender ao conceito



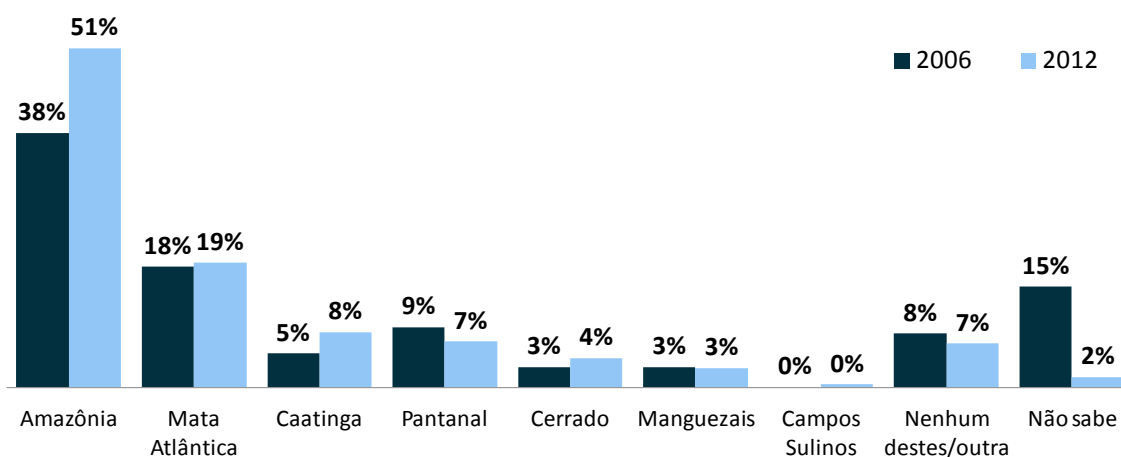
### Empresa pública ou privada reconhecida como cidadã



### Como os brasileiros têm se organizado

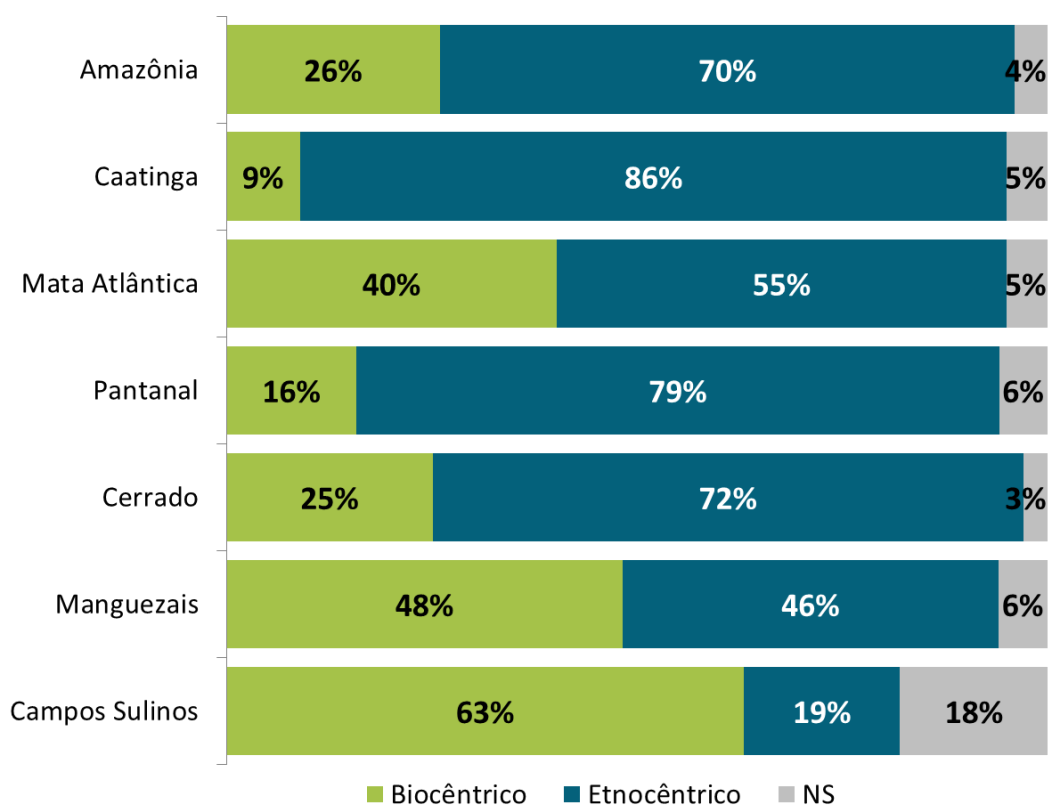
- Aumentou o número de brasileiros de 38% em 2006 para 51% em 2012 dispostos a contribuir com dinheiro para proteger a Amazônia, a qual continua a preferida (38% em 2006 e 51% em 2012). Em segundo lugar, aparece a Mata Atlântica (18% em 2006 e 19% em 2012) e em terceiro lugar, a Caatinga e Pantanal.

### Disposição em contribuir com dinheiro para proteger biomas ameaçados – com qual contribuiria?



- Em 2012, dentre as principais justificativas para a escolha de contribuir com a proteção de um dos biomas, de modo específico, destacam-se as justificativas etnocêntricas na maioria dos biomas analisados. Nesta seara a caatinga obteve destaque com 86% das justificativas voltadas para elementos etnocêntricos, que neste caso levam em consideração as condições de vulnerabilidade socioeconômica de parte das pessoas que vivem neste ecossistema. Apenas para o bioma “campos sulinos” os motivos biocêntricos foram majoritários (63%). Já na edição de 2006, predominaram as justificativas de tom biocêntrico como: “por haver desmatamento/queimadas/destruição”, “para preservar a vegetação/patrimônio em floresta” e “pela biodiversidade da região”.

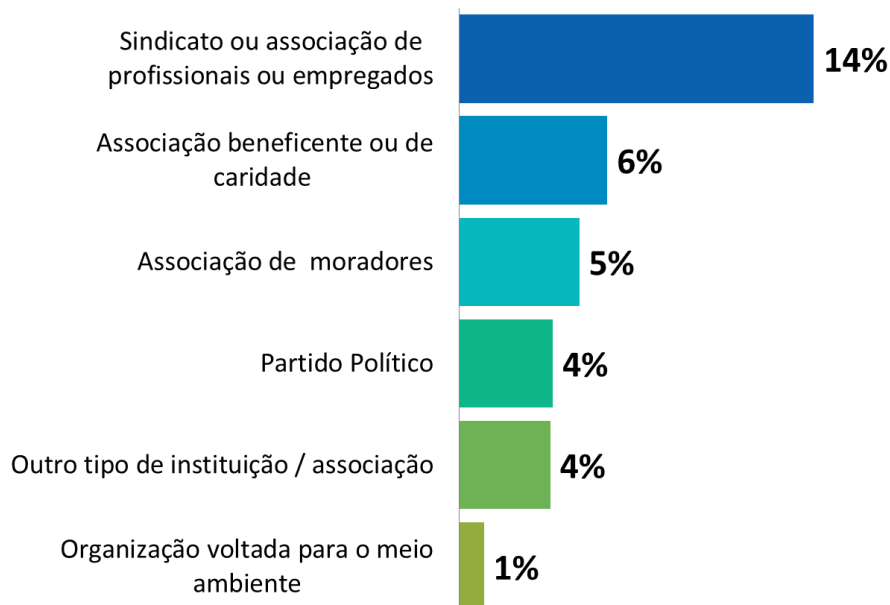
### Motivo da escolha o bioma - agrupado em biocêntrico ou etnocêntrico - 2012



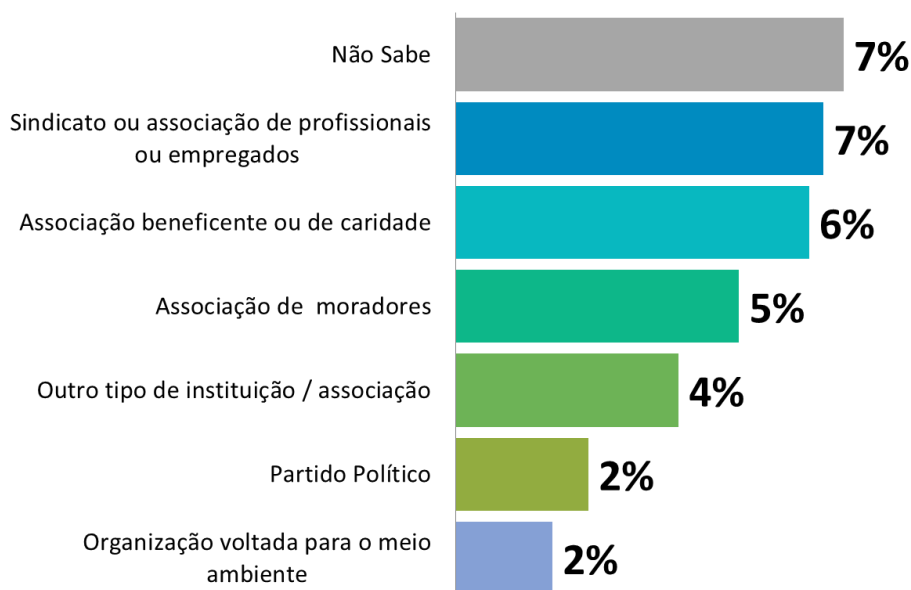
- As questões relativas a intenções e disposição das pessoas em agir em prol do meio ambiente alcançaram resultados positivos, que puderam ser notados nas últimas duas edições da pesquisa. Porém, os dados de engajamento e participação em atividades voltadas para esta causa não cresceram na mesma proporção. Por isso, é interessante analisar como os brasileiros têm se organizado, qual o tipo de associação em que se juntam, com que frequência costumam desenvolver ações. Os dados a

seguir mostram que as organizações voltadas para o meio ambiente ainda são pouco expressivas, com níveis de participação baixíssimos, chegando a 1% na questão que avalia filiação a instituições e organizações. No tópico sobre participação em alguma atividade nos últimos 12 meses na(s) entidade(s) à(s) qual(is) é filiado, a participação em organização voltada para o meio ambiente obteve o percentual de 2%.

**% que é filiado a cada tipo de instituição**



**% que participou de alguma atividade nos últimos 12 meses na(s) entidade(s) à(s) qual(is) é filiado**

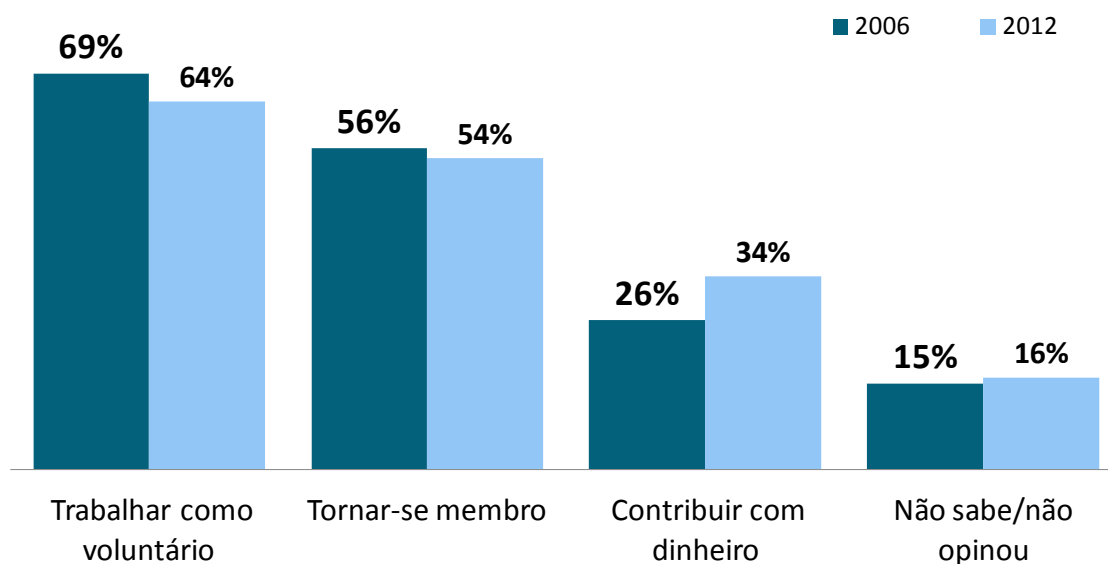




## O que os brasileiros estão fazendo pelo Meio Ambiente ?

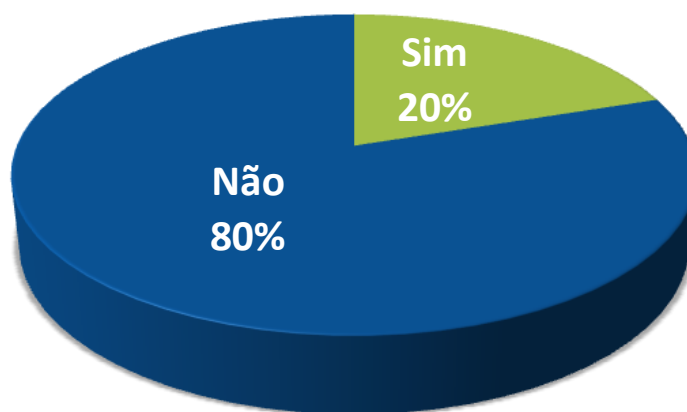
- Além da disposição para separar lixo, economizar água e energia, aderir a campanhas por redução de sacolas plásticas, fazer trabalho voluntário (maioria) e realizar mutirão, contribuir com dinheiro e até mesmo tornar-se membro de alguma organização ecológica (minoria) o que os brasileiros estão fazendo pelo meio ambiente? Desde 2006 mais de 50% dos entrevistados declaravam estar dispostos a tornar-se membro de alguma organização que protege o meio ambiente, mas efetivamente seis anos depois, o percentual de filiados em organizações ecológicas permanece em 1%.

### Disposição em ajudar uma organização ecológica

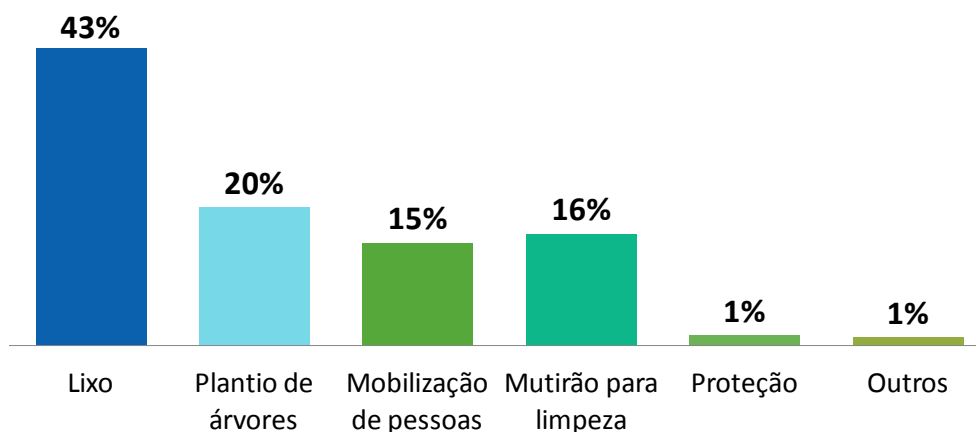


- 80% dos respondentes afirma não ter participado ultimamente de nenhuma ação em prol do meio ambiente seja em casa, no trabalho ou na comunidade. Mas os 20% que afirmam ter realizado alguma ação preferiram ações em relação ao lixo (43%) e ao já tradicional plantio de árvores (20%). 16% dos entrevistados afirmou ainda ter participado de algum esforço coletivo para limpar praças, córregos e outras áreas, voltando ao problema do lixo.

### Participação em alguma ação em prol do meio ambiente



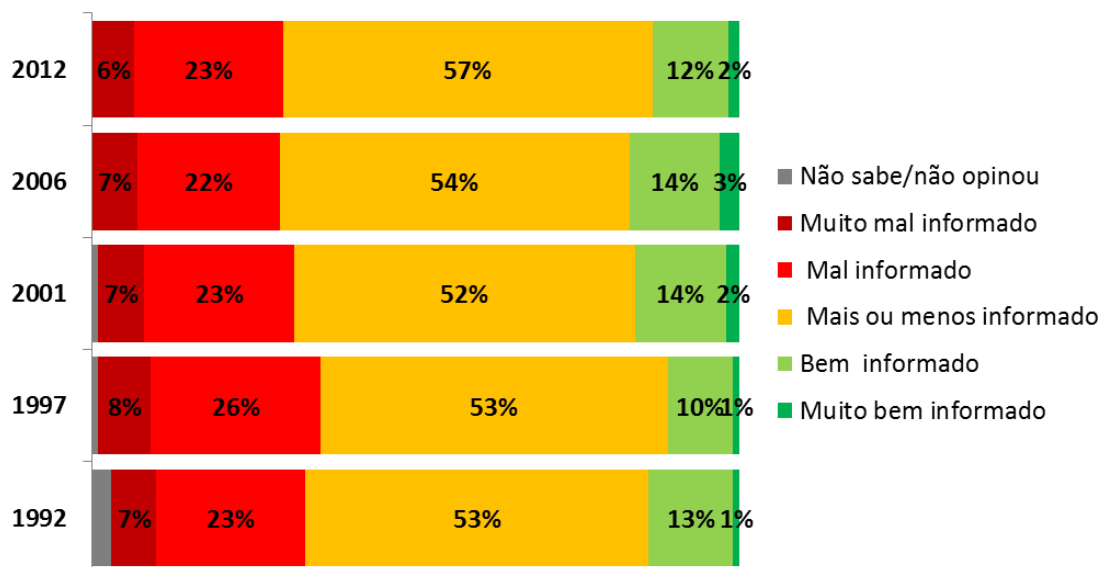
### Última ação em que participou (apenas para quem disse sim)



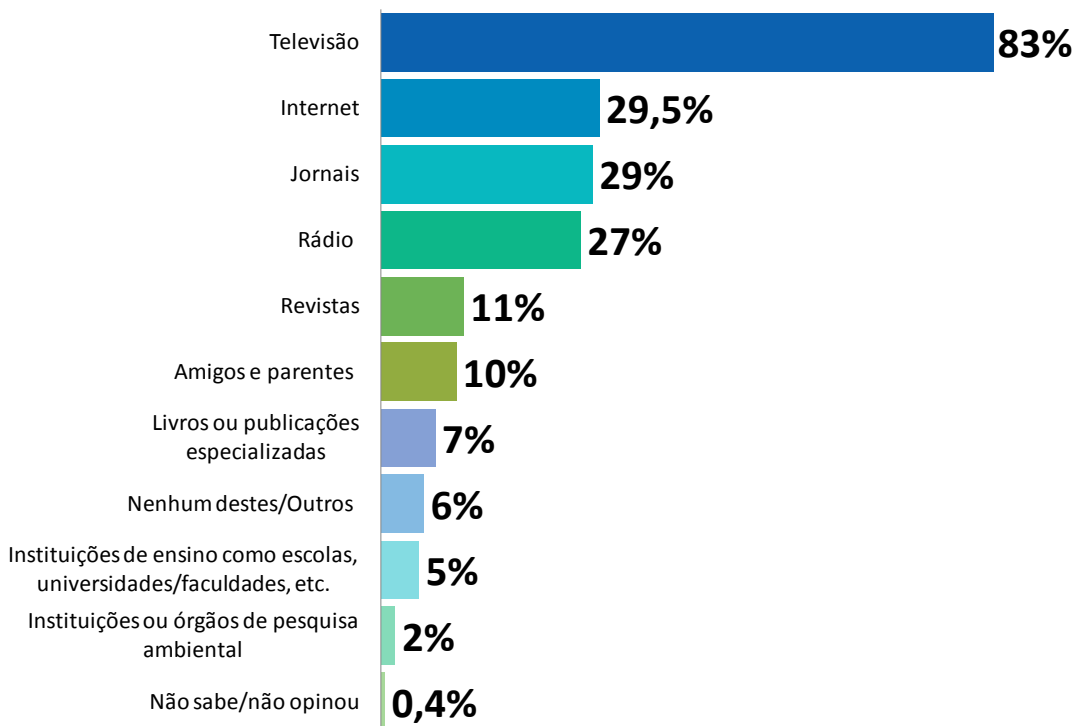
## NÍVEL E ACESSO À INFORMAÇÃO SOBRE MEIO AMBIENTE

- Quanto ao nível de informação sobre meio ambiente e ecologia, nas edições de 2001 e 2006 os percentuais de boa informação (somando “bem informado” e “muito bem informado”) são os mais altos da série, respectivamente 16 e 17%, tais percentuais superaram o observado em 2012, que foi de aproximadamente 14%. Ao longo de toda série analisada, a maioria da população se diz mais ou menos informada.
- A maioria da população brasileira busca informação pela televisão (83%) e admite ser pouco informada sobre assuntos referentes ao meio ambiente e à ecologia, segundo a edição de 2012.
- Vale destacar o peso que a Internet vem ganhando no cotidiano de busca de informação dos brasileiros, aparecendo como segundo meio mais utilizado para tal objetivo (quase 30%). Outros meios de comunicação mais utilizados para busca de informações sobre meio ambiente são os jornais e o rádio (29% e 27% respectivamente).

**Nível de informação sobre meio ambiente e ecologia**

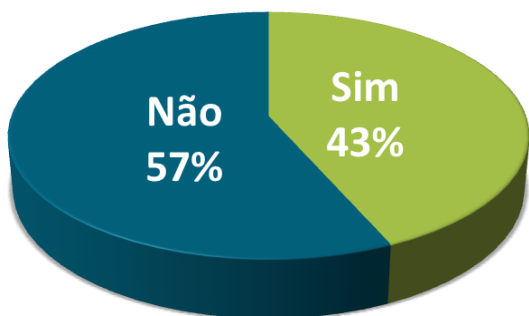


### Onde busca informações sobre meio ambiente



- Analisando especificamente a utilização da internet, segundo a edição da pesquisa de 2012, 43% dos brasileiros usam a internet. Dentre os usuários, a maioria (71%) acessa a internet de casa e o faz diariamente (53%). O menor percentual de usuários é o da região Norte (31%), com maior percentual estão a região Sudeste(49%) e Sul (48%). As fontes de informação predominantes na internet para a maioria dos internautas brasileiros são os sites de notícia, com destacado percentual de 82%, e o facebook (52%).

#### Utiliza internet?



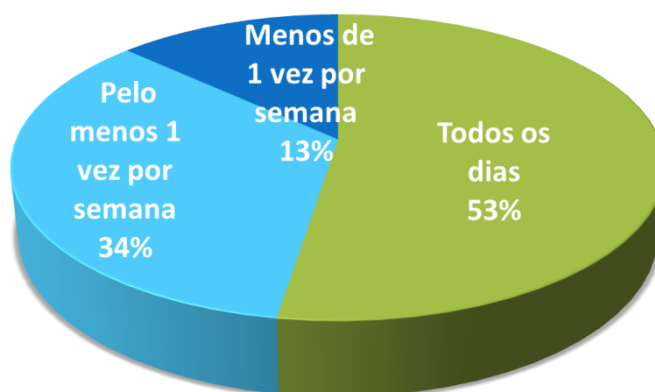
#### Acesso à internet por região

ACESSO À INTERNET	REGIÕES					TOTAL
	Norte	Nordeste	Sul	Sudeste	Centro-Oeste	
Sim	31%	36%	48%	49%	45%	43%
Não	69%	64%	52%	51%	55%	57%
TOTAL	8%	28%	14%	42%	7%	100%

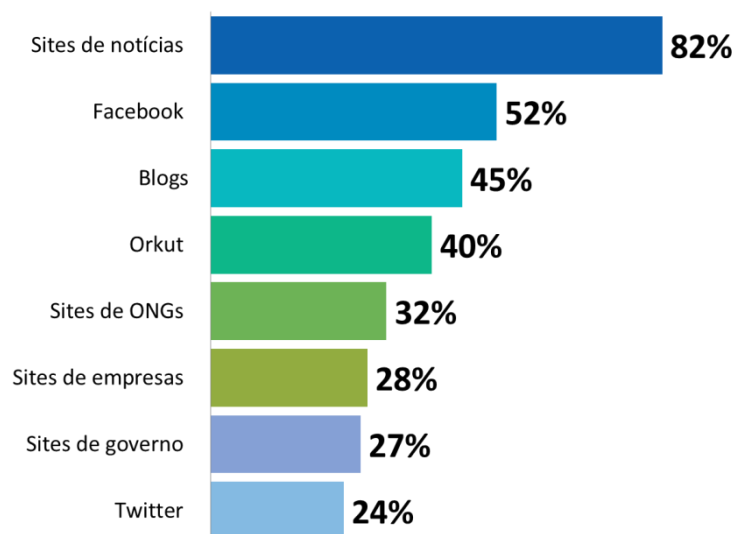
### Acesso à internet por região e local de utilização

ACESSO À INTERNET	REGIÕES					TOTAL
	Norte	Nordeste	Sul	Sudeste	Centro-Oeste	
Casa	54%	59%	77%	76%	77%	71%
No trabalho	17%	11%	18%	9%	9%	11%
Na escola	8%	1%	1%	1%	2%	2%
Outro	21%	29%	3%	14%	11%	16%
<b>TOTAL</b>	<b>6%</b>	<b>23%</b>	<b>16%</b>	<b>48%</b>	<b>8%</b>	<b>100%</b>

### Frequência de acesso à internet



### Busca de informações na internet



## TABELAS

## RIO +20:

- Conhecimento sobre a Rio+20 por região

CONHECIMENTO DA RIO+20	REGIÕES					TOTAL
	Norte	Nordeste	Sul	Sudeste	Centro-Oeste	
A Rio + 20 vai tratar da crise econômica da América Latina	12%	14,5%	5%	2,5%	13%	6%
A Rio+20 vai celebrar os 20 anos de vitória do combate a fome na África	5%	11%	3,5%	4%	5%	5%
A Rio+20 vai mudar a maneira como nós usamos os recursos naturais do planeta	83%	74,5%	92%	94%	82%	89%
<b>TOTAL</b>	6%	17%	23%	49%	5%	100%

- Conhecimento sobre a Rio+20 por escolaridade

CONHECIMENTO DA RIO+20	ESCOLARIDADE				TOTAL
	Analfabeto ou Sabe Ler e escrever, mas nunca frequentou a escola	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior/ Pós Graduação	
A Rio + 20 vai tratar da crise econômica da América Latina	15%	7%	7%	38%	6%
A Rio+20 vai celebrar os 20 anos de vitória do combate a fome na África	29%	6%	4%	3%	5%
A Rio+20 vai mudar a maneira como nós usamos os recursos naturais do planeta	57%	87%	89%	95%	89%
<b>TOTAL</b>	2%	31%	45%	22%	100%

## DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

- **Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por tipo de setor censitário**

CONHECIMENTO SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	SETOR		
	Urbano	Rural	TOTAL
Desenvolvimento Sustentável é cuidar do meio ambiente, das pessoas e da economia do país ao mesmo tempo	27%	19%	26%
Desenvolvimento Sustentável é produzir cada vez mais com combustível fóssil como o petróleo e o gás abundante em nosso país	5%	3%	5%
Desenvolvimento Sustentável é garantir que os recursos naturais (água, solo, plantas, minerais) não sejam destruídos pelos seres humanos	68%	79%	69%
<b>TOTAL</b>	<b>87%</b>	<b>12,5%</b>	<b>100%</b>

- **Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por sexo**

CONHECIMENTO SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	SEXO		
	Masculino	Feminino	TOTAL
Desenvolvimento Sustentável é cuidar do meio ambiente, das pessoas e da economia do país ao mesmo tempo	25%	28%	26%
Desenvolvimento Sustentável é produzir cada vez mais com combustível fóssil como o petróleo e o gás abundante em nosso país	6%	3%	5%
Desenvolvimento Sustentável é garantir que os recursos naturais (água, solo, plantas, minerais) não sejam destruídos pelos seres humanos	69%	69%	69%
<b>TOTAL</b>	<b>55%</b>	<b>44,85%</b>	<b>100%</b>

- **Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por idade**

CONHECIMENTO SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	IDADE						Total
	16 a 24 anos	25 a 34 anos	35 a 39 anos	40 a 49 anos	50 a 59 anos	60 anos ou mais	
Desenvolvimento Sustentável é cuidar do meio ambiente, das pessoas e da economia do país ao mesmo tempo	28%	25%	26%	26%	30%	21%	26%
Desenvolvimento Sustentável é produzir cada vez mais com combustível fóssil como o petróleo e o gás abundante em nosso país	6%	6%	3%	4%	5%	3%	5%
Desenvolvimento Sustentável é garantir que os recursos naturais (água, solo, plantas, minerais) não sejam destruídos pelos seres humanos	66%	69%	72%	69%	66%	76%	69%
<b>TOTAL</b>	<b>26%</b>	<b>24,76%</b>	<b>10%</b>	<b>18%</b>	<b>12,52%</b>	<b>9%</b>	<b>100%</b>

- **Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por escolaridade**

CONHECIMENTO SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	ESCOLARIDADE				TOTAL
	Analfabeto ou Sabe Ler e escrever, mas nunca frequentou a escola	Ensino Fundamental	Ensino Médio	Ensino Superior/ Pós Graduação	
Desenvolvimento Sustentável é cuidar do meio ambiente, das pessoas e da economia do país ao mesmo tempo	25%	24%	27%	27%	26%
Desenvolvimento Sustentável é produzir cada vez mais com combustível fóssil como o petróleo e o gás abundante em nosso país	12%	3%	4%	10%	5%
Desenvolvimento Sustentável é garantir que os recursos naturais (água, solo, plantas, minerais) não sejam destruídos pelos seres humanos	64%	73%	69%	63%	69%
<b>TOTAL</b>	<b>3%</b>	<b>32%</b>	<b>49%</b>	<b>16%</b>	<b>100%</b>



- Conhecimento sobre desenvolvimento sustentável por renda

CONHECIMENTO SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	Renda					TOTAL
	Até R\$ 622,00 (até 1 SM)	De R\$ 623,00 a R\$ 1244,00 (de 1 a 2 SM)	De R\$ 1245,00 a R\$ 3110,00 (de 2 a 5 SM)	De R\$ 3111,00 a R\$ 6220,00 (de 5 a 10 SM)	Acima de R\$ 6220,00 (acima de 10 SM)	
Desenvolvimento Sustentável é cuidar do meio ambiente, das pessoas e da economia do país ao mesmo tempo	23%	27%	26%	26%	35%	26%
Desenvolvimento Sustentável é produzir cada vez mais com combustível fóssil como o petróleo e o gás abundante em nosso país	4%	5%	4%	4%	10%	5%
Desenvolvimento Sustentável é garantir que os recursos naturais (água, solo, plantas, minerais) não sejam destruídos pelos seres humanos	73%	68%	70%	70%	55%	69%
<b>TOTAL</b>	<b>13%</b>	<b>40,39%</b>	<b>32%</b>	<b>9%</b>	<b>2,90%</b>	<b>100%</b>

## PERCEPÇÃO DO MEIO AMBIENTE

- Reconhecimento de elementos como parte do meio ambiente

Tabela comparativa	1992	1997	2001	2006	2012
Matas	61%	69%	73%	77%	89,6%
Rios	56%	67%	72%	75%	88,7%
Água	59%	69%	70%	79%	86,5%
Animais	58%	66%	59%	67%	86,7%
Solo/terra	47%	58%	50%	66%	85,6%
Ar	53%	64%	58%	68%	82,8%
Mares	39%	53%	49%	52%	81,8%
Campos/sítios/fazendas	40%	42%	36%	52%	78,5%
Minerais	28%	37%	29%	38%	76,3%
Indígenas	33%	27%	25%	23%	69,8%
Homens e mulheres	45%	38%	30%	40%	70,1%
Planetas	20%	20%	22%	21%	69,2%
Energia	24%	27%	24%	24%	62,2%
Cidades	22%	19%	18%	19%	62,7%
Favelas	18%	15%	16%	14%	51,4%
Não respondeu	10%	6%	4%	1%	1,5%

## CAMPANHA CONTRA O USO DE SACOLAS PLÁSTICAS

- Em sua cidade há campanhas para reduzir o uso de sacolas plásticas? Por região

	Região					Total
	Norte	Nordeste	Sul	Sudeste	Centro-Oeste	
Sim	15%	19%	35,5%	52%	17%	35%
Não	83%	81%	61%	44%	66%	62%
NS	2%	0%	3%	4%	17%	3,5%
Total	8%	28%	14%	42%	7%	100%