

Edelman Trust Barometer 2023

Relatório Especial: Confiança e Mudanças Climáticas

Principais Achados

01 A crise climática é universalmente reconhecida à medida que seus impactos se tornam mais pessoais

Noventa e seis por cento dos entrevistados acreditam que as mudanças climáticas impõem uma ameaça grave e iminente ao planeta. A maioria afirma que o clima onde moram se tornou mais extremo nos últimos anos e teme que tais mudanças tornarão suas vidas e de seus familiares mais difícil e desagradável.

02 A confiança climática cai entre instituições, países e indivíduos

Embora as empresas comumente apareçam como a instituição com maior nível de confiança pelos brasileiros, apenas 45% confiam que elas atuem corretamente quando se trata de mudanças climáticas. Além delas, governo e mídia também permanecem no patamar da desconfiança, junto de figuras de autoridade e outros países. Apenas as ONGs aparecem no patamar da confiança nesse quesito.

03 Poucos estão otimistas quanto à possibilidade de superar os desafios climáticos

Oitenta e seis por cento dizem estar preocupados com as mudanças climáticas, entre eles, 27% dizem que estão otimistas sobre o clima. Enquanto os outros 59% são pessimistas e não acreditam que vamos superar seus desafios.

04 Otimismo motiva ações pelo clima

Os otimistas acreditam que tratados, como o Acordo de Paris, vão ajudar a lidar com as mudanças climáticas. Eles também são mais propícios a pressionarem seus amigos e familiares para adotarem um estilo de vida com climáticas. Menos impacto climático, além de cobrar o governo sobre políticas ambientais.

05 O otimismo climático aumenta à medida que a confiança aumenta

Quando ONGs, empresas, governo e mídia são, em média, desconfiados em relação ao clima, uma porcentagem menor de entrevistados diz que são otimistas em relação ao clima.

06 Priorizando os lucros, ao invés do planeta

Setenta e seis por cento alegam que as empresas não estão conseguindo cumprir seus compromissos climáticos. As principais razões para isso seriam porque elas estão muito focadas no lucro a curto prazo, apenas fingem se importar e não existe consenso.

07 Pessoas desejam por estilo de vida com menor impacto climático

Setenta e três por cento dos entrevistados afirmam que existe uma distância significativa entre o impacto climático de seu estilo de vida atual e o que gostariam de ter. Entre esses, 7 em cada 10 dizem que o custo é a maior barreira para estilos de vida com menor impacto climático.

08 Principais impulsionadores do otimismo climático

A melhor forma de converter os pessimistas em otimistas seria se mais pessoas confiassem nas instituições em relação ao clima, acreditassem que as empresas mantêm compromissos climáticos, vissem avanços e notícias sobre o clima que lhes deem esperança, acreditassem que as soluções climáticas vão trazer benefícios para elas e para a sociedade e reconhecessem que estilos de vida com menor impacto climático são atrativos.

Para saber mais sobre o Edelman Trust Barometer, visite:
www.edelman.com.br/#TrustBarometer

Todos os dados são baseados na amostra da população geral, salvo indicação em contrário

