



17

RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA: CONFIANÇA INTERPESSOAL

MARÇO/2014



CNI

17

RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA:

CONFIANÇA INTERPESSOAL



CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI

Presidente: Robson Braga de Andrade

DIRETORIA DE POLÍTICAS E ESTRATÉGIA

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA:

CONFIANÇA INTERPESSOAL

Março / 2014



Confederação Nacional da Indústria

© 2014. CNI – Confederação Nacional da Indústria.

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

CNI

Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade – GPC

FICHA CATALOGRÁFICA

P474p

Pesquisa CNI-IBOPE : retratos da sociedade brasileira : confiança interpessoal : março 2014 /
Confederação Nacional da Indústria. – Brasília: CNI, 2014.
14 p. : il.

ISSN 2317-7012

1. Confiança Interpessoal. I. Confederação Nacional da Indústria.

CDU 64.03(047)

CNI

Confederação Nacional da Indústria

Setor Bancário Norte

Quadra 1 – Bloco C

Edifício Roberto Simonsen

70040-903 – Brasília – DF

Tel.: (61) 3317- 9001

Fax: (61) 3317- 9994

<http://www.cni.org.br>

Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC

Tels.: (61) 3317-9989 / 3317-9992

sac@cni.org.br

SUMÁRIO

Principais resultados 9

1 Nível de confiança dos brasileiros 11

2 Especificações técnicas da pesquisa 13

Principais resultados

- Com exceção da família, brasileiro demonstra baixa confiança nas pessoas
 - 62% afirmam não ter nenhuma ou quase nenhuma confiança na maioria das pessoas
 - 53% dizem não ter nenhuma ou quase nenhuma confiança nos vizinhos
 - 47% não têm nenhuma ou quase nenhuma confiança nos colegas de trabalho e escola
 - 33% dizem não confiar nos amigos
 - 6% afirmam não confiar em seus familiares
- A crença geral é que a maioria das pessoas quer tirar vantagem ao invés de agir de maneira correta
 - 82% dos brasileiros acreditam que a maioria das pessoas quer tirar vantagem dos outros
 - Somente 9% dos entrevistados da Região Nordeste acham que a maioria das pessoas age de maneira correta.

As tabelas com os dados completos desta Pesquisa estão disponíveis em
www.cni.org.br

1 Nível de confiança dos brasileiros

Com exceção da família, brasileiro demonstra baixa confiança nas pessoas

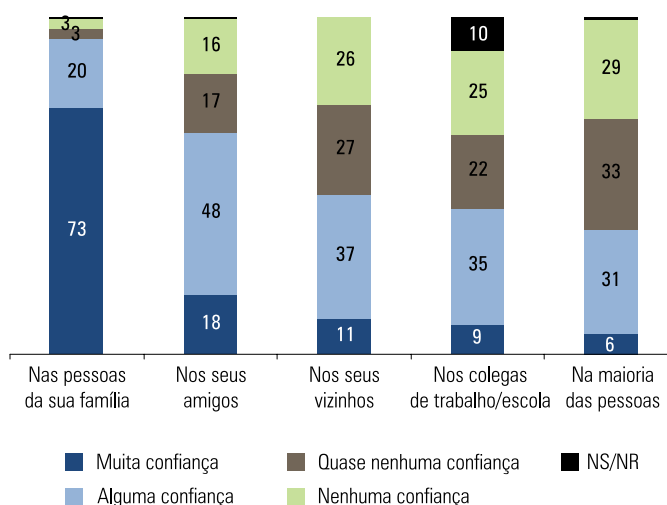
Indagados sobre o nível de confiança em relação a grupos de pessoas próximas, brasileiros revelam baixa confiança em quase todos os casos. Apenas em relação a família, os entrevistados afirmam ter muita ou alguma confiança (93% das respostas assinaladas, sendo que 73% afirmam que confiam muito e 20% que possuem alguma confiança). Em relação aos amigos, o percentual também é elevado (66%), mas o percentual para a opção “confia muito” cai para 18% das respostas.

A confiança nos vizinhos é consideravelmente menor: mais da metade (53%) afirma não ter confiança ou ter quase nenhuma confiança nos seus vizinhos. Colegas de trabalho/escola também obtiveram um baixo nível de confiança: 47% afirmam ter pouca ou nenhuma confiança nos colegas de trabalho e de escola. Se desconsiderarmos o percentual de marcações em “não sabe/não respondeu” (10%) dessa opção, o percentual de entrevistados que afirmam não ter confiança ou ter quase nenhuma confiança nos colegas de trabalho/escola sobe para 52%.

O pior resultado foi para a opção confiar na maioria das pessoas. Neste caso, o percentual de marcações em nenhuma ou quase nenhuma confiança sobe para 62%.

Nível de confiança dos brasileiros em relação a grupos próximos de pessoas

Percentual de respostas (%)



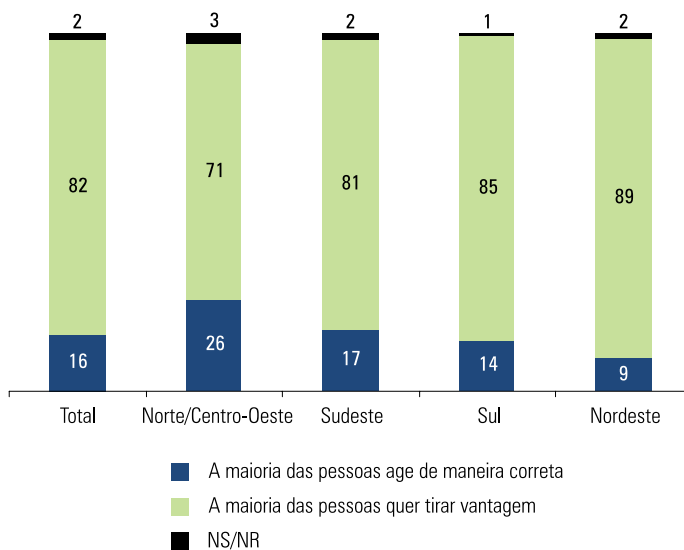
Brasileiros acreditam que a maior parte das pessoas quer tirar vantagem

Corroborando a baixa confiança dos brasileiros em seus pares, grande parte (82%) afirma acreditar que a maioria das pessoas quer tirar vantagem. Somente 16% dos entrevistados acreditam que a maioria das pessoas age de maneira correta, sendo que no Nordeste, esse percentual cai ainda mais: apenas 9% dos entrevistados dessa região acham que a maioria das pessoas age de maneira correta.

Norte/Centro-Oeste são as regiões onde os entrevistados têm melhor percepção sobre a intenção dos brasileiros: 26% acham que a maioria das pessoas age de maneira correta. Mas o percentual daqueles que acham que a maioria das pessoas quer tirar vantagem ainda é bastante elevado: 71% das marcações de respostas.

Percepção do entrevistado em relação à forma de agir/a atitude do brasileiro

Percentual de respostas (%)



2 Especificações técnicas da pesquisa

Período de campo

De 17 a 21 de setembro de 2012.

Universo

A pesquisa é realizada com eleitores de 16 anos ou mais da área em estudo. O universo de eleitores é estratificado. Com exceção dos estados do Acre, Amapá e Roraima que juntos constituem apenas um estrato, cada um dos demais estratos é composto por apenas um estado brasileiro. Uma vez que o Estado possua Região Metropolitana, o seu universo é estratificado em Região Metropolitana e Interior.

Amostra

O modelo de amostragem utilizado é o de conglomerados em 3 estágios.

No primeiro estágio os municípios são selecionados probabilisticamente através do método PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho), com base na população de 16 anos ou mais de cada município.

No segundo estágio são selecionados os conglomerados: setores censitários, com PPT (Probabilidade Proporcional ao Tamanho) sistemático. A medida de tamanho é a população de 16 anos ou mais residente nos setores.

Finalmente, no terceiro estágio é selecionado em cada conglomerado um número fixo de eleitores segundo cotas de variáveis descritas abaixo.

Variáveis para cotas amostrais

- SEXO: Masculino e Feminino.
- GRUPOS DE IDADE ¹: 16-24, 25-29, 30-39, 40-49, 50 e mais.
- INSTRUÇÃO: Até 4ª série do fund.; 5ª a 8ª série do fund.; Ens. Médio; Superior.
- ATIVIDADE: Setor de dependência - agricultura, indústria de transformação, indústria de construção, outras indústrias, comércio, prestação de serviços, transporte e comunicação, atividade social, administração pública, outras atividades, estudantes e inativos.
- FONTES DE DADOS PARA ELABORAÇÃO DA AMOSTRA: Censo 2010.

1 - A partir dos levantamentos de 2013 as faixas de grupos de idade foram alteradas para 16-17, 18-24, 25-29, 30-39, 40-49, 50 e mais.

- **NÚMERO DE ENTREVISTAS:** 2.002 entrevistas em 143 municípios.
- **MARGEM DE ERRO:** O intervalo de confiança estimado é de 95% e a margem de erro máxima estimada é de 2 pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.
- **COLETA DE DADOS:** Entrevistas pessoais com utilização de questionário elaborado de acordo com os objetivos da pesquisa. As entrevistas são realizadas por uma equipe de entrevistadores do IBOPE, devidamente treinada para abordagem deste tipo de público.
- **CONTROLE DE QUALIDADE:** Há filtragem em todos os questionários após a realização das entrevistas. Fiscalização em aproximadamente 20% dos questionários.

Perfil da amostra	%
Sexo	
Masculino	48
Feminino	52
Idade	
16 a 24	20
25 a 29	13
30 a 39	22
40 a 49	19
50 e mais	26
Grau de instrução	
Até 4ª série do fundamental	28
5ª a 8ª do fundamental	21
Ensino Médio	36
Superior	15
Região	
Norte/Centro-Oeste	15
Nordeste	27
Sudeste	43
Sul	15

Perfil da amostra	%
Renda familiar (em salários mínimos)	
Mais de 10	3
Mais de 5 a 10	13
Mais de 2 a 5	35
Mais de 1 a 2	31
Até 1	12
Não respondeu	6
Condição do município	
Capital	27
Periferia	13
Interior	60
Porte do município (em número de habitantes)	
Até 20 mil	16
Mais de 20 a 100 mil	23
Mais de 100 mil	61

OBSERVAÇÃO: As perguntas cujas somas das porcentagens não totalizam 100% são decorrentes de arredondamentos ou de múltiplas respostas.

Lista de publicações RETRATOS DA SOCIEDADE BRASILEIRA:

- 1 - Educação – Agosto 2010
- 2 - Meio Ambiente – Dezembro 2010
- 3 - Qualidade dos Serviços Públicos e Tributação – Março 2011
- 4 - Locomoção Urbana – Agosto 2011
- 5 - Segurança Pública – Outubro 2011
- 6 - Saúde Pública – Janeiro 2012
- 7 - Meio Ambiente – Maio 2012
- 8 - Inclusão Financeira – Junho 2012
- 9 - Hábitos de Consumo e Endividamento – Novembro 2012
- 10 - Burocracia – Julho 2013
- 11 - Qualidade dos Serviços Públicos e Tributação – Julho 2013
- 12 - Padrão de Vida – Novembro 2013
- 13 - Intenção de Compra – Novembro 2013
- 14 - Educação Profissional – Janeiro 2014
- 15 - Educação a Distância – Janeiro 2014
- 16 - Problemas e Prioridades do Brasil para 2014 – Fevereiro 2014

CNI

DIRETORIA DE POLÍTICAS E ESTRATÉGIA – DIRPE

José Augusto Coelho Fernandes

Diretor

Gerência Executiva de Pesquisa e Competitividade – GPC

Renato da Fonseca

Gerente-Executivo

Isabel Mendes de Faria

Edson Velloso

Analistas

Carla Regina Pereira Gadêlha

Produção Editorial

DIRETORIA DE SERVIÇOS CORPORATIVOS – DSC

Fernando Augusto Trivellato

Diretor

Área de Administração, Documentação e Informação – ADINF

Maurício Vasconcelos de Carvalho

Gerente-Executivo

Gerência de Documentação e Informação – GEDIN

Mara Lucia Gomes

Gerente de Documentação e Informação

Alberto Nemoto Yamaguti

Normalização

IBOPE Inteligência

Elaboração da Pesquisa



Confederação Nacional da Indústria

CNI. A FORÇA DO BRASIL INDÚSTRIA