

**DETERMINAÇÃO DO PERFIL DE CONSUMO DE LENHA NO MUNICÍPIO DE SÃO LUIZ GONZAGA-RS COMO ESTIMADOR DA PRESSÃO DE DEMANDA SOBRE AS COMUNIDADES FLORESTAIS NATIVAS DA REGIÃO.**

*Rodrigo Brun, Daiane Caye Missaggia, João Ubiratan Perassolo Barboza, Letiane Peccin, Lúcia Copetti, Nilza Barbosa Schröpfer, Raquel Breitenbach, Wagner Brod Beskow (orient.) (UERGS).*

O comércio de árvores nativas é regulamentado por lei e restrito a casos especiais, mas observações preliminares realizadas em São Luiz Gonzaga levaram à suspeita de um alto consumo destas em relação a espécies cultivadas. Assim, foi desenvolvida uma pesquisa de campo com o objetivo de quantificar e qualificar o consumo doméstico de lenha na região urbana do município. Foram amostradas aleatoriamente 800 residências e aplicado um questionário contendo perguntas fechadas relativas ao tipo e quantidade consumida, razões para optar pelo tipo, fonte de fornecimento, consciência ambiental e disposição de mudar de hábito. Também foram entrevistados os vendedores obtendo-se tipo e quantidade de lenha vendida, preferência do consumidor, motivo da escolha do tipo, legalidade e consciência ambiental. Constatou-se que 45% das residências consomem alguma lenha (média 2,1 m<sup>3</sup> residência<sup>-1</sup> ano<sup>-1</sup>), sendo que destas, 47% consome lenha nativa, 40% cultivada, 11% ambas e 2% não responderam. As fontes foram comprada (54%), própria (34%) e outras (12%). Do volume total consumido (30236 m<sup>3</sup>), 45% foi nativa e 55% cultivada. Dos consumidores de lenha nativa, 45% mudaria para cultivada (2% por consciência ambiental), mas alegam ser difícil de encontrá-la (equivalente a 24% do volume total). A principal razão para a escolha foi a facilidade de encontrar a lenha, sendo a mesma razão para nativa (64%) e cultivada (55% das residências). Os dados dos vendedores foram incompletos e contraditórios. Conclui-se que com maior divulgação da venda de lenha cultivada seria possível reduzir em 24% o volume de lenha nativa consumida na cidade sem campanha de esclarecimento. Com campanha, seria possível reduzi-lo ainda mais, pois só 2% dos consumidores de nativa têm consciência dos danos ambientais.