

APÊNDICE A – PLANO DE AÇÃO

CONSTRUINDO A CONFIANÇA NOS ÓRGÃOS PÚBLICOS: O CASO DO IBGE



Organização (implementação):	Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE
Unidade / setor (caso aplicável):	Coordenação de Comunicação Social e Unidade estadual do IBGE em MS.
Nome do Projeto:	CONSTRUINDO A CONFIANÇA NOS ÓRGÃOS PÚBLICOS: O CASO DO IBGE
Elaborado por:	Alex de Almeida Uchôas e Filipe Quevedo Pires de Oliveira e Silva
Data:	13.05.2021

Resumo Executivo

Este trabalho tem por objeto a Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Seu objetivo geral é criar um índice de medição de confiança da população de Mato Grosso do Sul no Instituto, propondo um modelo que explique seus antecedentes e os consequentes trazidos ao órgão como resultado dessa confiança mensurada.

A confiança, retratada aqui após a revisão da literatura, reflete dois aspectos dos trabalhos da Fundação: primeiro, a confiança na segurança dos dados informados ao IBGE; e depois a confiança do respondente nos dados que são divulgados pelo IBGE.

A coleta das informações se deu por um questionário eletrônico, disponibilizado por meio de diversos canais digitais, limitados aos moradores de Mato Grosso do Sul, com no mínimo 18 anos de idade. Por meio de análise quantitativa identificou-se os principais antecedentes da confiança, isto é, quais fatores influenciam no aumento ou diminuição da confiança da população no Instituto, e quais os consequentes que o aumento da confiança trará ao IBGE.

Com base nos dados coletados e mediante todas as implicações acadêmicas e gerenciais apresentadas, propôs-se um plano de ação que objetiva elencar uma série de passos, que visam tanto fortalecer ações já tomadas pelo órgão como sugerir novos passos para o aumento da confiança da população no IBGE, em suas duas vertentes.

Descrição da Situação Problema

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística completou em 2021 seu 85º aniversário. Fundado em 1936, o IBGE, desde então, identifica e analisa o território, conta a população, mostra como a economia evolui por meio do trabalho e da produção das pessoas, revelando ainda como elas vivem.

O Instituto se constitui no principal provedor de dados e informações do País, que atendem às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal.

Ainda assim, nos últimos anos, o IBGE tem sofrido com declarações públicas de autoridades políticas questionando hora sua metodologia, hora seus resultados,

além de cortes orçamentários justificados pelo momento fiscal pelo qual passa o País.

Cabe ressaltar, porém, que as declarações mencionadas parecem ser apenas o reflexo de um movimento muito mais amplo que vem ganhando força nos últimos anos. Esse movimento se caracteriza quando, diante de evidências empíricas e comprovações científicas, há quem questione a veracidade dessas sem embasamento científico, apenas por não parecer correto ao senso de seu grupo de convívio, ou por acreditar que o discurso científico vigente está atrelado a uma visão ideológica contrária a sua, tais como os movimentos terraplanista e antivacina, ou, ainda, o negacionismo climático.

Também há de se destacar a já descrença da população com relação aos órgãos públicos de maneira geral. Segundo o DataFolha Instituto de Pesquisa, (2019), em análise realizada em todo o Brasil, desde 2012, o índice de confiança nas instituições públicas diminuiu de forma geral. Entre as coletas de abril e julho de 2019, as forças armadas aparecem como a Instituição mais confiável, seguida pela presidência da república; já entre as menos confiáveis temos o congresso nacional e os partidos políticos.

Há ainda a necessidade de destacar a importância fundamental para qualquer órgão público de estatística: a confiabilidade de seus dados. Nossa vizinha sul-americana, Argentina, passou por acusações gravíssimas de mascaramento e alteração de dados entre os anos de 2007 e 2016.

Olhando do ponto de vista do IBGE, hoje o Instituto enfrenta uma série de dificuldades para cumprimento de sua missão institucional, visto que em boa parte de suas pesquisas, principalmente as domiciliares, é constante a dificuldade de obter informações.

Assim, queremos responder com este trabalho a seguinte questão: É possível criar um modelo de medição de índice de confiança de uma população em um órgão como o IBGE? E, sendo possível, aplicá-lo à população de Mato Grosso do Sul.

Pesquisas de confiança nas instituições públicas existem, podemos citar, por exemplo, a escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em São Paulo, que mede o Índice de Confiança na Justiça no Brasil – ICJBrasil e o próprio Instituto DataFolha.

Cabe ressaltar, porém, que a questão de investigar o índice de confiança de uma população em um órgão de pesquisa, que não está no que poderia se considerar o primeiro escalão do serviço público, é bastante complexa.

Um dos casos que pode ser apontado como complicador dessa já árdua tarefa é que, apesar de estar divulgando pesquisas na grande mídia, semanalmente, muitos brasileiros sequer conhecem o significado da sigla IBGE, quanto mais entendem a metodologia de uma pesquisa tão complexa quanto as que ajudam a mensurar o índice de ocupação criticado reiteradamente pelo presidente da república.

Isso faz crer que se deve combater, com dados de qualidade, a tendência do “anticientificismo” que se instaura de forma tão eficaz no seio da sociedade brasileira – por motivos que não almeja este trabalho explicar – na figura mais importante do poder executivo brasileiro, eleito com mais de 55.000.000 de votos, em outubro de 2018, que, por discordar dos dados divulgados pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), exonera seu presidente em agosto de 2019 (EXAME, 2019).

Análise da Situação Problema

Cabe destacar novamente, com base na literatura sobre o assunto, que confiança é um conceito multidisciplinar e que pode ser interpretado de várias maneiras distintas. Conforme relatam Truong *et al.* (2016), Mayer *et al.* (1995) e Hernandez e Santos (2007), entre alguns outros. Assim, decidiu-se que a confiança, neste trabalho, seria dividida em duas frentes: confiança na segurança e na garantia de sigilo dos dados fornecidos ao IBGE pela população; e confiança, desta mesma população, na veracidade dos dados divulgados pelo IBGE.

Essa confiança foi mensurada com base nos textos e modelos de questionários já creditados neste trabalho, que demonstraram ser robustos o suficiente para que se possa começar as discussões quanto aos dados apresentados. O primeiro e, provavelmente, fundamental dentre todos eles, é o índice de confiança, em suas duas vertentes, da população pesquisada, no IBGE. A confiança na segurança dos dados informados ao IBGE apresenta o índice de 63% de confiança e de 37% de não confiança, enquanto a confiança na veracidade das informações divulgadas pelo órgão tem 71% e 29%, respectivamente, para confia e não confia.

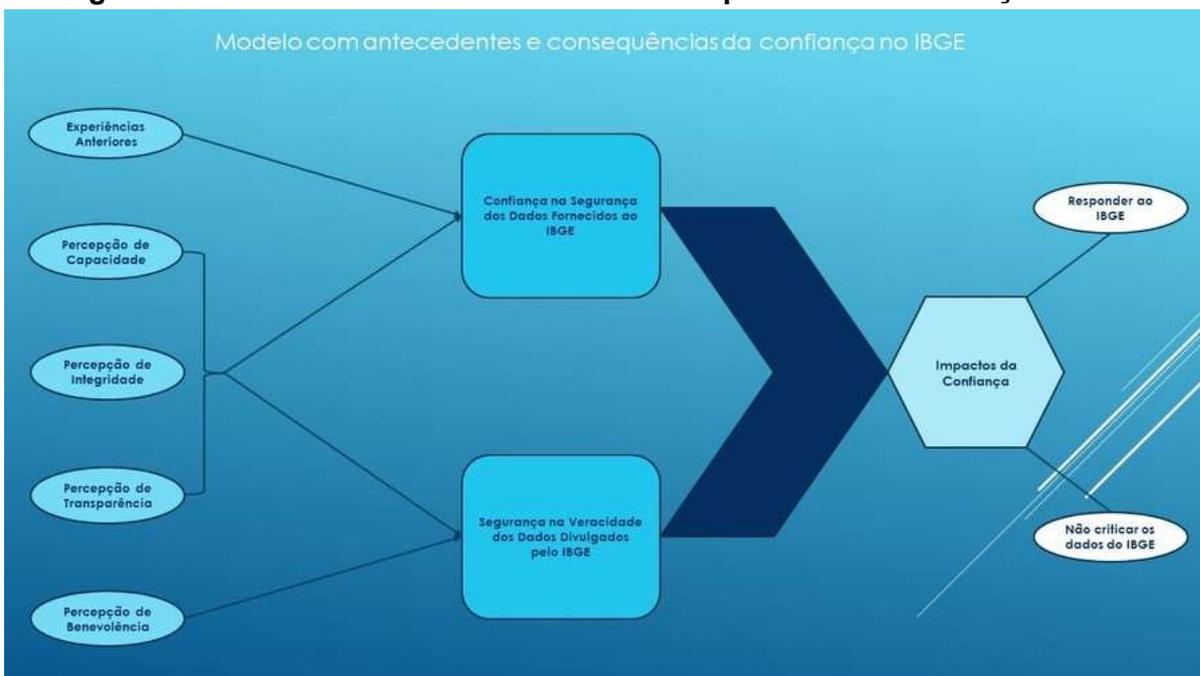
Os resultados desta pesquisa demonstram que experiências anteriores classificadas como positivas e a percepção, do entrevistado, de benevolência do IBGE têm relação direta e relevante com um dos dois construtos de confiança estudados, segurança e veracidade, respectivamente. Já a percepção de capacidade, percepção de integridade e percepção de transparência demonstraram relevante e direta relação com ambos os construtos confiança no IBGE. O único construto que não teve nenhum consequente na confiança no Instituto foi o de conhecimento percebido.

O modelo também mostra que há uma forte relação entre a confiança e a disponibilidade do entrevistado em responder as pesquisas do IBGE, caso procurado, e a predisposição de não criticar os dados divulgados pelo Instituto.

Algumas características dos respondentes foram analisadas, fora do modelo, relacionados diretamente com o índice de confiança, nestas análises, entre outros resultados, mostrou-se que a escolaridade tem forte relação com os construtos confiança.

Destaca-se também, apesar do efeito médio demonstrado nas análises estatísticas, que a forma de consumo de informações do entrevistado pode influenciar a confiança no Instituto, entre aqueles respondentes que não confiam na veracidade dos dados do IBGE, 52% consomem muitas informações pelo Twitter e 87% consomem muitas informações pelos aplicativos de mensagens, como WhatsApp e Telegram. Abaixo segue a figura do modelo estudado, com as hipóteses aceitas, para facilitar o entendimento.

Figura 24 – Modelo com antecedentes e consequências da confiança no IBGE



Organização: O autor, 2021.

Recomendações

Com intuito de fortalecer as iniciativas já postas em prática pelo IBGE e sugerir novas ações que possam ser tomadas pelo Instituto para melhoria ou correção de rotas mediante os resultados desta pesquisa, este trabalho propõe alguns passos para a criação e implementação de um plano de ação visando à conscientização da população sobre a importância e qualidade dos dados divulgados pelo IBGE.

O plano é baseado em dois eixos estratégicos: treinamento e capacitação dos servidores; e divulgação e conscientização sobre o trabalho realizado pelo Instituto. O plano tem como meta diminuir em dois anos, após sua implantação, em 50% o índice de não resposta às pesquisas do IBGE, além de, após a conclusão do plano, realizar nova pesquisa de confiança obtendo um índice na segurança dos dados fornecidos ao órgão e de confiança na veracidade das informações divulgadas pelo órgão, de 90%. Por fim, objetiva-se a diminuição em 15% dos custos das pesquisas realizadas pelo IBGE. Os itens do plano e sua correlação com os resultados da pesquisa serão tratados também nas considerações finais. A figura abaixo explicita o modelo base do plano de ação.

Figura 25 – Fluxo do plano de ação



Organização: O autor, 2021.

Treinamento e capacitação

O objetivo deste eixo é criar e implantar um plano de treinamento que compreenda toda a cadeia de servidores envolvidos diretamente na coleta de informações que tenham vistas a informantes (sejam pesquisas domiciliares ou não), e com atendimento a usuários dos dados fornecidos pelo IBGE. O treinamento deve ser reciclado a cada dois anos mediante os resultados apresentados e, nesse mesmo prazo, deve ser refeito pelos servidores anualmente constando nos objetivos anuais da avaliação de desempenho individual.

Esse eixo se justifica por alguns resultados da pesquisa, primeiro porque se tem a demonstração de que experiências anteriores classificadas como positivas influenciam a confiança na segurança dos dados divulgados pelo IBGE, ou seja, a primeira funcionalidade desse treinamento será aperfeiçoar os servidores do IBGE para o pleno atendimento aos usuários dos dados do IBGE.

Mesclando os resultados sobre as experiências anteriores com a percepção de integridade, capacidade e benevolência, a capacitação dos servidores que efetuam a coleta de dados nas pesquisas do IBGE também precisa ser trabalhada,

visto que, muitas vezes, como a pesquisa bibliográfica mostrou, as percepções sobre o IBGE podem ser um reflexo das percepções sobre aqueles que representam o IBGE.

Aqui, o principal a ser trabalhado com esse grupo seria a conscientização do papel que esses servidores têm para a imagem do IBGE, para grande parte da população, o agente de pesquisa, ou o recenseador, é o IBGE. Esse será o maior contato que aquele entrevistado terá com o Instituto durante muito tempo.

Portanto, sobre essa parte, seria importante trabalhar com esses servidores o correto comportamento na abordagem ao informante, incluindo exemplos práticos sobre o que não pode ser feito, seja em uma coleta presencial ou por telefone, algo que é relativamente novo no IBGE.

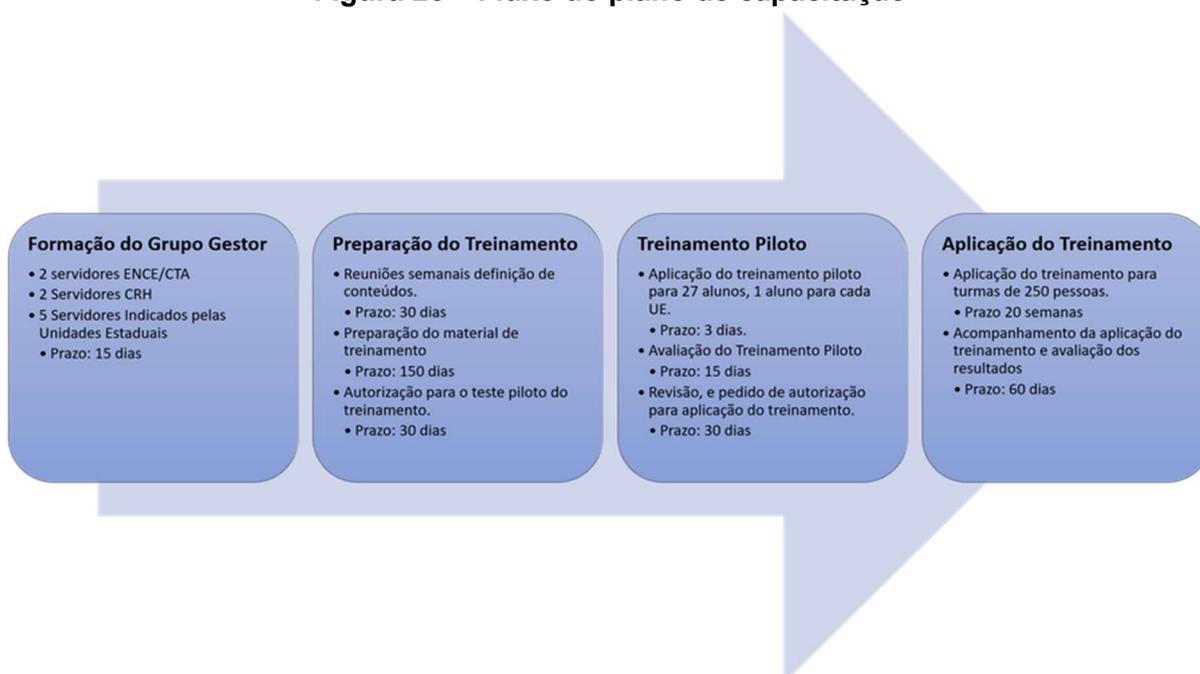
Apenas para ilustrar o que aqui é afirmado, imagine, em uma entrevista, o recenseador comentar com o entrevistado que gostou de trabalhar naquela região, pois até aquele momento todos os entrevistados têm renda alta, ou em uma entrevista por telefone, o agente de pesquisa perguntar se poderia entrar em contato com o entrevistado pelo WhatsApp para tirar algumas dúvidas e posteriormente iniciar conversas que não têm relação com a pesquisa.

Erros de comportamento como esses, conforme mostra a pesquisa, evidenciarão várias falhas dos entrevistadores que se refletirão no conceito que aquele entrevistado tem sobre o IBGE – seja a competência ou o comportamento ético (integridade e benevolência). E poderia ser considerada uma péssima experiência com o instituto.

Etapas

De maneira resumida, a execução do Plano seguiria o fluxo abaixo.

Figura 26 – Fluxo do plano de capacitação



Organização: O autor, 2021.

É importante ressaltar que este primeiro eixo do plano de ação depende demais do engajamento dos servidores treinados, o que nem sempre é conquistado. Um importante meio de medir esse engajamento, além dos resultados obtidos, é o controle realizado pela ouvidoria do IBGE quanto a comportamentos indesejados ou mau atendimento dentro de suas unidades.

Também é importante que as áreas de capacitação, dentro das unidades estaduais, sejam treinadas para discutir, analisar e mitigar quaisquer dúvidas que possam surgir dentro da realidade, sempre muito distinta, de cada UE. É comum que abordagens que funcionem bem em um Estado da região Sul não tenham o mesmo efeito em um Estado do Nordeste, e vice-versa.

O custo estimado para esta parte do plano de ação é de R\$ 44.500,00, fundamentalmente gastos em diárias e passagens.

Divulgação e Conscientização

O objetivo deste eixo é preparar um projeto de ampla divulgação sobre os trabalhos realizados pelo Instituto, conscientizando a população sobre a importância de responder as pesquisas, além de destacar a qualidade do trabalho realizado pelo

IBGE. Cabe esclarecer que, visando não ser repetitivo, cada passo abaixo carece de autorização do conselho diretor e do Presidente do IBGE.

Conforme mostrado na pesquisa, e já discutido nesta dissertação, percebe-se que apenas aparecer nas mídias por meio da divulgação de seus dados não tem relação com a confiança da população. Nesse caso, um plano de divulgação, *marketing* ou propaganda sobre os produtos do IBGE se torna importante.

Esse plano atuaria em algumas frentes, primeiro a campanha trataria de explicar os valores, a missão e os princípios que regem os trabalhos no IBGE, de forma a municiar a população com informações sobre porque o Instituto realiza suas pesquisas e principalmente quais pesquisas são permanentes e quais são realizadas de maneira esporádica. Nessa fase da campanha, a ideia seria trabalhar com os conceitos relativos à percepção de integridade e de benevolência da instituição.

A segunda parte da campanha trataria de mostrar para a população os caminhos que o IBGE oferece para a verificação dos resultados – visto que alguns resultados podem parecer distantes da realidade de alguns brasileiros –, como as pesquisas são planejadas, como é feita a seleção da amostra e como ela funciona, onde acessar os custos das pesquisas e de onde vêm os recursos – para exemplificar, em alguns casos, os recursos vêm do Ministério da Economia, outros do Ministério da Saúde, outras vezes, de órgãos internacionais como a ONU/PNUD. Aqui a ideia seria trabalhar a percepção de transparência do Instituto.

A terceira fase da campanha trabalharia a demonstração de competência do órgão, seja pelos prêmios recebidos, pelo reconhecimento internacional das pesquisas realizadas, sua utilização na construção das políticas públicas, apresentando exemplos práticos de como os trabalhos do IBGE afetam diariamente o cidadão, e como, sem esses dados, seria mais difícil o poder público e a própria iniciativa privada agir nos municípios e principalmente nos bairros.

Esse tipo de iniciativa também tem a oportunidade de alcançar cidadãos das mais diversas escolaridades e rendas. Apesar de relativamente onerosa e bastante ambiciosa pode representar um salto no posicionamento do IBGE como órgão de assessoramento aos mais diversos planejamentos públicos ao melhorar consideravelmente a qualidade e o reconhecimento de suas produções.

Etapas

De maneira resumida, a execução do Plano seguiria o fluxo abaixo.

Figura 27 – Fluxo do plano de capacitação



Organização: O autor, 2021.

É importante ressaltar que ambos os eixos propostos para o plano de ação apresentam algumas limitações e obstáculos que teriam de ser superados para sua implementação. O primeiro eixo do plano de ação depende demais do engajamento dos servidores treinados, o que nem sempre é conquistado. Um importante meio de medir esse engajamento, além dos resultados obtidos, é o controle realizado pela ouvidoria do IBGE quanto a comportamentos indesejados ou o mau atendimento dentro de suas unidades.

Quanto ao plano de conscientização, o primeiro e gritante obstáculo é seu custo, visto que o IBGE tem 80% de seu orçamento comprometido com pagamento de salários e encargos de pessoal, do que lhe resta, este plano de ação consumiria cerca de 50% (BRASIL, 2020). Ou seja, com o orçamento atual, esse plano seria inviável, necessitando demonstrar a todos os atores envolvidos, sociedade, ministério da economia, congresso, presidência da república, a urgência e necessidade da implementação desse plano para o Instituto.

As licitações são sempre uma variável de risco em qualquer projeto, quaisquer problemas enfrentados seja na autorização, pagamento, embargo ou falha da empresa contratada podem levar à falha do plano aqui apresentado. Por fim, seria bastante importante que, durante o período de veiculação da campanha, as autoridades públicas, de quaisquer dos três poderes, não fizessem quaisquer comentários negativos, desde que infundados, com relação aos dados divulgados pelo IBGE.

Não se trata aqui de não criticar o Instituto ou quaisquer de suas pesquisas, mas, se a fizer, que seja com dados, mostrando eventuais erros do Instituto, e não baseado em achismo, senso comum ou negacionismo científico, o investimento desse vulto jamais poderia ser colocado em risco por declarações impensadas ou com intuito claro de por em dúvida dados desfavoráveis ao interlocutor.

O valor total estimado para este plano de divulgação é de R\$ 86.330.000,00.

Referências

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Institucional**. 2019a. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/institucional/oibge.html>. Acesso em: 3 out. 2019.

BRASIL. Ministério da Economia. Orçamentos da União exercício financeiro 2021. **Projeto de Lei Orçamentária**, Brasília, p. 1-495, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/assuntos/planejamento-e-orcamento/orcamento/orcamentos-anuais/2021/ploa/Volume%20I%20PLOA%202021.pdf>. Acesso em: 4 maio 2021.

COSTA HERNANDEZ, J. M. da; SANTOS, C. C. dos. Proposta para um modelo de mensuração de confiança entre canais de marketing. *In: XXXI Encontro da ANPAD*. Rio de Janeiro/RJ: [s.n.], 2007. p. 1-17. Disponível em: http://www.anpad.org.br/diversos/down_zips/33/TC%20MKT-C3067.pdf. Acesso em: 25 maio 2020.

DATAFOLHA. **Avaliação Congresso STF**. [S.l.], 2020. Disponível em: <http://media:folha.uol.com.br/datafolha/2020/05/31/f53ec1762680b863f9c5e29897356cceavst.pdf>. Acesso em: 8 ago. 2020.

MAYER, R. C.; DAVIS, J. H.; SCHOORMAN, F. D. An Integrative Model of organizational trust. **The Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, p. 709-734, jul. 1995. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/pdf/258792?pdf?refreqid=excelsior%3Af04b3220b6484e869116e9bcff505b83>. Acesso em: 25 maio 2020.

PRESIDENTE do Inpe é exonerado após embate sobre dados de desmatamento. **Exame**, São Paulo, ago. 2019. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/presidente-do-inpe-e-exoneradoapos-polemica-sobre-dados-de-desmatamento/>. Acesso em: 19 nov. 2019.

TRUONG, N. B.; UM, T.; LEE, G. M. A Reputation and Knowledge Based Trust Service Platform For Trustworthy Social Internet of Things. *In: 19th International ICIN Conference Innovations in Clouds, Internet and Networks*. Paris: [s.n.], 2016. p. 104-111. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net>. Acesso em: 18 jul. 2020.