

I. Ficha Técnica

Nombre de la herramienta: Corruptómetro.

Descripción breve: Son encuestas de opinión que sirven para medir la percepción de la ciudadanía en cuanto a la existencia de corrupción en las instituciones públicas y privadas, de manera que se pueda conocer si la población siente y cree que se están cometiendo actos de corrupción en ambos sectores.

Como las encuestas se realizan con una periodicidad definida se puede determinar si aumentan, son estables o descienden los niveles de percepción de corrupción en el país.

Area de trabajo: Encuestas de opinión acerca de la percepción del fenómeno de la corrupción.

Cuando y donde se implementó la herramienta: Panamá, 1996-1998. La primera encuesta fue realizada en 1996 y siguió aplicándose una anualmente, durante los siguientes dos años. No fue hasta la última encuesta que se le denominó Corruptómetro.

Organización responsable: Fundación para el Desarrollo de la Libertad Ciudadana – Capítulo Nacional de Transparencia Internacional.

Alianzas: La encuesta firmó parte del programa ‘Diálogo Nacional para la Educación Ciudadana y el Control de la Corrupción’ realizado por la Fundación para el Desarrollo de la Libertad Ciudadana, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (<http://www.onu.org.pa>), la Contraloría General de la República (<http://www.contraloria.gob.pa>), el diario La Prensa y la empresa encuestadora Dichter & Neira (<http://www.dichter-neira.com>)

Financiamiento: La encuesta de 1998 se financió con una donación de 6 mil dólares del PNUD, además La Prensa donó todo lo necesario para elaborar un suplemento. También se usaron aportes propios y en especie de la Fundación. Las encuestas de 1996 y 1997 se hicieron con fondos de la Fundación.

Divulgación: Los resultados de la encuesta de 1998 fueron publicados en un suplemento tipo tabloide (formato de 13 ½ pulgadas de alto y 11 pulgadas de ancho) que circuló insertado en La Prensa. Otros medios de comunicación social (televisoras, radioemisoras y periódicos) divulgaron reacciones de los resultados de la encuesta, cada vez que se les informaba de los resultados de la misma.

Contactos: Cualquier información adicional puede solicitarse a Angélica Maytín Justiniani, Directora Ejecutiva de la Fundación para el Desarrollo de la Libertad Ciudadana, Tel. + (507) 229 4207/13, fax +(507) 229 0294, e-mail tipanama@cableonda.net

II. Objetivos

Lograr evidenciar los niveles de percepción que se tiene acerca de la corrupción.

Crear consciencia en la población de los graves perjuicios que provoca la corrupción.

Que la ciudadanía proponga soluciones al problema.

III. Contexto

Los medios de comunicación publicaban denuncias de supuesta comisión de actos de corrupción, tanto en el sector público como el privado. En 1994 se reinició un intenso programa de privatizaciones de instituciones públicas y había mucha preocupación por la posibilidad de que esos procesos de compra no se hicieran con transparencia.

Específicamente, el diario La Prensa hizo importantes investigaciones sobre actos poco ético y delitos de funcionarios públicos y del sector privado, dándolos a conocer, entre algunos casos lo sucedido en 1996, cuando colapsó un banco por el desfalco de unos 50 millones de dólares que hicieron sus ejecutivos en perjuicio de cientos de cuentahabientes.

En septiembre de 1996, el Contralor General de la República reveló que existían 500 expedientes de funcionarios que estaban siendo procesados por delitos de corrupción. Ver esta información en el web

<http://biblioteca.prensa.com/contenido/1996/batch08/corru5-0001918.html>

Entre 1994 y 1996 un diputado oficialista, directores de centros penales, portavoces oficiales, un embajador y otros funcionarios de alta jerarquía fueron destituidos como parte de la lucha contra la corrupción que anunció el Gobierno.

En 1998 se reveló el escándalo de la contribución de narcotraficantes a campañas políticas de autoridades electas, incluyendo la presidencial, y en ese mismo año se hicieron denuncias de uso político de recursos de programas destinados a ayudas a sectores pobres.

Además, para 1995 la Fundación recién había sido incorporada como capítulo nacional de TI y ante el clima nacional antes expuesto consideró oportuna la implementación y seguimiento de un instrumento que midiera la percepción de los panameños sobre los niveles de corrupción en el sector público y privado.

IV. Implementación

1. Diseño de la encuesta.

La encuesta es una investigación científica. Antes de aplicar una encuesta en campo es necesario realizar un diseño, es decir la base científica que dará credibilidad a los resultados.

Tema: En este caso el tema es la percepción ciudadana de los niveles de percepción. Igualmente, es importante dividir el tema en áreas de investigación. Cada una de las preguntas que se realicen sobre el tema está relacionada con una de estas áreas de investigación. El Corruptómetro usó cinco áreas de investigación y fueron:

Confianza - Corrupción en la vida cotidiana

Corrupción de figuras privadas y públicas - Medidas contra la corrupción

Efecto personal de la corrupción.

Unidad de análisis: Se trata de la definición de las personas que será objeto del estudio, que en este caso es la ciudadanía panameña.

Universo: Es la cantidad de personas que serán representadas en el estudio. Aquí el universo estuvo constituido por todas las personas mayores de 18 años de edad que residen en la República de Panamá a la fecha de la encuesta. El universo estimado a ese periodo fue de 1,062,260 personas. Por su ubicación distante con la capital, se excluyeron de la encuesta las provincias de Darién y Bocas del Toro, por lo cual estas dos provincias no fueron objeto de la aplicación de la encuesta.

Muestra: En un estudio como este es imposible encuestar a todo el universo (es decir a las 1,062,260 personas), por lo cual se escoge una muestra de este. Debe entenderse por muestra al conjunto de personas que les aplicará la encuesta, el cual debe ser representativa del universo. Aquí las muestras de oscilaron en unas 1200 encuestas.

Igualmente se aplicaron los criterios de una investigación de carácter social, en la cual la representatividad de la muestra no consiste en una cantidad determinada del universo (aunque los estudios generalmente utilizan un .05%), sino en la estratificación, es decir en que cada uno de los estratos o sectores del universo sea representado proporcionalmente. De manera que en estas encuestas el porcentaje que el universo tiene de mujeres y hombres, ricos y pobres, jóvenes y ancianos sea fue el mismo porcentaje en las muestras.

Un aspecto importante en la selección de la muestra fue la representatividad del universo por ubicación de las residencias, de manera que la mayor cantidad de provincias, ciudades o corregimientos (dependiendo del nombre de las jurisdicciones) del país fueran representadas proporcionalmente.

Se aplicó el muestreo probabilístico, que es cuando todas las unidades del universo tienen probabilidades de ser encuestados.

2. Diseño del cuestionario.

Cada una de las encuestas aplicadas en 1996, 1997 y 1998, contenían preguntas que tuvieron la finalidad exclusiva de obtener una respuesta relacionada con el tema y que sirviera a la investigación.

Todas las encuestas tenían un párrafo introductorio, en el cual se explica al encuestado quién la hace y con qué objetivos, además del agradecimiento por la participación.

Iniciaron con preguntas de “cédula de identidad”, es decir las que proporcionarán información de hecho sobre el encuestado y que sirven para medir los resultados de acuerdo a los estratos. Estas preguntas son sexo, edad, residencia, ingresos económicos, etc.

Luego siguen las preguntas relacionadas con cada uno de las cinco áreas de investigación. (En el Anexo 1 están las gráficas con los resultados de las 48 preguntas, clasificadas por área)

Confianza. En esta área se preguntó que tanta confianza tenía el encuestado en cada una de las instituciones públicas y privadas incluidas en una lista presentada.

Corrupción en la vida cotidiana. En esta área se hicieron preguntas relacionadas con una serie de supuestas situaciones en las cuales se cometen actos deshonestos para saber si los encuestados lo califican como corrupción o no.

Corrupción de figuras privadas y públicas. Aquí los encuestados tenían que calificar, en una escala de 1 a 10, el grado de honradez y corrupción que percibían en figuras públicas y privadas. El 1 representaba una figura como muy honrado y 10 como muy corrupto.

Medidas contra la corrupción. En esta área se le presenta una lista de posibles medidas para combatir la corrupción y el encuestado debe escoger cual piensa que es la mejor medida.

Efecto personal de la corrupción. Se le pregunta al encuestado si piensa que la corrupción le afecta personalmente o no, entre otras preguntas relacionadas con su percepción sobre la honestidad de la gente común.

Dichter & Neira aplicó una “prueba pilotos”. Es una la encuesta que se aplica a un número reducido de personas (pueden ser de 10 a 20) que se cree puedan dar aportaciones para mejorarla. Se evalúan los comentarios e inmediatamente se incluyen las recomendaciones que se consideran pueden mejorar la encuesta.

Para realizar estas dos fase es necesario contar con información demográfica oficial (si está disponible). Estas fases juntas pueden demorar de una a dos semanas.

3. Cronograma y aplicación de la encuesta.

Todo el proceso de la elaboración de cada encuesta (diseño, aplicación y tabulación de resultados) puede realizarse en unas 3 semanas, dependiendo de los recursos disponibles.

Día 1. El equipo de Dichter & Neira se reunió con directivos de la Fundación, para presentarle el cuestionario a su consideración.

Día 2. la Fundación presentó sus sugerencias para mejorar el cuestionario y lo devolvió a Dichter & Neira.

Día 3. Dichter & Neira entrenó a su personal para la aplicación de la encuesta.

Día 4-6. Dichter & Neira inicia la aplicación de la encuesta cara a cara, lo cual es más barato que hacer las encuestas por teléfono. Solo se entrevista a una persona por casa. (La aplicación se realiza durante 3 días, preferiblemente fin de semana, que es cuando hay más personas en casa). Al concluir cada jornada diaria, la información obtenida era introducida en un banco de datos.

Supervisión y encuestadores

El equipo de trabajo estuvo constituido por diez encuestadores y un supervisor (todos funcionarios de Dichter & Neira), quienes revisaban las encuestas para conformar que había sido llenadas correctamente: Los encuestadores y el supervisor de datos fueron debidamente entrenados en el manejo de las encuestas por la directora de investigaciones de Dichter & Neira: Rosa Vilarreal, quien puede ser contactada al Tel: (507) 223-2222, Fax (507) 223 1174 y al e mail rvillarreal@dichter-neira.com

Día 7. Inicia el proceso de tabulación, que son los resultados estadísticos (en cantidades simples y porcentuales) de cada pregunta. Un programa exclusivo, diseñado en Dichter & Neira permite que este paso se realice en un día.

Día 8.- Se analizan los resultados de la tabulación y también se comparan con los resultados de anteriores encuestas sobre el mismo tema. Así mismo se realizan breves comentarios de estos análisis y se confeccionan las tablas y gráficas, presentadas con valores estadísticos en cantidades simples o porcentajes. Esto permite una comparación gráfica con los estudios anteriores. Este día se entregan los resultados a la Fundación.

Calidad de los resultados. Durante las diferentes etapas de las investigaciones Dichter & Neira estableció controles e hizo evaluaciones que garantizan la buena calidad de los mismos.

El supervisor revisaba cada encuesta que era llenada por el encuestador.

El 30% de las encuestas fueron convalidadas. Esto quiere decir que se escogió un 30% de las encuestas al azar y se llamaba al teléfono del encuestado (si fue proporcionado) para comprobar que efectivamente había sido aplicada una encuesta en esa residencia.

IV. Divulgación.

En 1998 se publicaron los resultados del Corruptómetro en un suplemento del diario La Prensa, que tuvo circulación nacional y también se hizo una conferencia de prensa para informar los resultados de la encuesta. En 1996 y 1997 sólo se recurrió a conferencias de prensa.

Todas las televisoras del país, diarios y las radioemisoras más importantes han asistido a las conferencias. Las noticias sobre los resultados de las encuestas ocuparon parte la portada de todos los diarios de circulación nacional, de manera la encuesta acapara la atención nacional y es tema de debate durante los próximos días. También se escribieron artículos de opinión, sobre el tema.

V. Resultados

El resultado más significativo del Corruptómetro es el indicativo que la ciudadanía ha tomado consciencia de que el problema de la corrupción sí los afecta directamente (vea resultados comparados en Anexo 2).

Positivos:

Se puso de manifiesto el nivel de percepción que se tiene acerca de la corrupción, ofreciéndose una visión clara para la búsqueda de soluciones al problema.

Debido al nivel de objetividad científica del instrumento, no se tuvieron protestas debido a la difusión del mismo. Las quejas son usuales al hacer este tipo de trabajos.

Buen nivel de participación por parte de la ciudadanía, debido a que el promedio de personas que no contestaron algunas preguntas no superó el 2.5% de los encuestados.

La Fundación estuvo satisfecho por el despliegue que los medios de comunicación dieron a los resultados de las encuestas. Después de estas tres encuestas, diferentes diarios

locales realizaron sus propias encuestas. Por lo cual la Fundación no continuó realizando el estudio.

Negativos:

Inicialmente se registró algunos casos resistencia de ser entrevistado, pero en las siguientes encuestas esto se subsanó.

Es difícil, por no decir imposible, cuantificar los errores que pudieran resultar de dicha resistencia, el ordenamiento y la fraseología de las preguntas y el sesgo del entrevistador.

VI. Recomendaciones

Se recomienda tener una continuidad periódica del corruptómetro, para poder establecer si la percepción de la corrupción aumentan, se estabilizan o disminuyen.

El análisis de los resultados de la tercera encuesta permite ver los cambios en los niveles de percepción ciudadana sobre el problema de la corrupción, y señala la necesidad de aunar esfuerzos para combatir este fenómeno que tanto daño causa a la ciudadanía en general y especialmente a los sectores económicamente más débiles.

Recomendaciones sobre el cuestionario:

No hacer preguntas abiertas, donde el entrevistado tenga espacio para escribir cualquier cosa que piense, sino preguntas cerradas con opciones para que el escoja.

Las respuestas no deben ser sugeridas por el encuestador.

Evitar preguntas ambiguas.

Descripción: Jean Marcel Chéry

Anexo

Resultado de la opinión de los panameños sobre si la corrupción les afecta:

1996	1997	1998
56.5% dijo que NO los afecta.	23.7% dijo que NO los afecta.	25.6% dijo que NO los afecta.
38% dijo que SI los afecta.	74.8% dijo que SI los afecta.	74.1% dijo que SI los afecta.
5.5% no contestó o dijo que no sabía.	1.5% no contestó o dijo que no sabía.	0.3% no contestó o dijo que no sabía.

Resultados del Corruptómetro aplicado en Panamá en 1998:

Con relación a la percepción ciudadana de la actividad de las instituciones públicas, la encuesta hay un bajo nivel de confianza de los ciudadanos en las instituciones gubernamentales y políticas.

- El Gobierno en general tiene la confianza de menos del 40% de la población.
- La mitad de los encuestados no confía en el Tribunal Electoral, en momentos en que se realizaran varios torneos electorales.
- Los partidos políticos han perdido la confianza de casi el 80% de la población. La policía es la única institución pública con un mayor nivel de confianza.

En cuanto a las organizaciones no gubernamentales:

- La Iglesia sigue con un alto nivel de confianza ciudadana, al lograr que el 92.5% de los entrevistados dice que le tiene confianza.
- El periodismo marca un nivel de confianza comparable al nivel más alto de las instituciones gubernamentales y políticas, al obtener la confianza de un 61% de la población.
- Los sindicatos están bastante más bajos, con un 38.3%, comparables con el nivel del Gobierno.

Con relación al aspecto de la corrupción en la vida cotidiana, pese a que el ciudadano tienen bastante claridad sobre lo que es un acto corrupto, existe un alto nivel de tolerancia social hacia ese comportamiento.

- El caso de la coima del conductor al agente de tránsito que casi el 30% de los encuestados lo considera una acto “corrupto pero justificado”.
- Para el 62.4% de los encuestados, la utilización de influencias para conseguir un empleo publico no es corrupción es “corrupción justificada”.

Con relación a las medidas que deben tomarse para combatir la corrupción, se obtuvieron los siguientes resultados

- Un 92% considera que las escuelas enfaticen mas sobre los valores morales.

- Un 89% indicó que la Contraloría General de la República debe realizar una mayor actividad investigativa.
- Un 86% dijo que la empresa privada tenía que ser mas rígida.
- Un 85% manifestó que los medios de comunicación investiguen mas sobre el tema.
- Un 78% dijo que los jueces debe aplicar condenas más severas a los responsables de actos de corrupción.
- Un 65% dijo que era necesario un aumento de los salarios a los policías y a los demás empleados públicos.

Por otro lado, el 85% de los encuestados cree que de presentarse la ocasión, la mayoría de las personas se aprovecharían de ellos si se le presenta la oportunidad, lo cual tiene relación directa con el hecho de que un 82% estima que los panameños se preocupan únicamente de su bienestar personal.

Los legisladores y líderes políticos resultaron el más alto índice de percepción de corrupción, al conseguir un 7, en una tabla de 1 a 10.

I. Ficha Técnica

Nombre de la herramienta: Encuestas

Descripción: Se trata de una herramienta que incluye el diseño, la distribución y el análisis de encuestas que miden percepciones y experiencias de corrupción.

Organización responsable: Transparência Brasil (TBrasil)

Dónde y cuándo fue implementada la herramienta:

Brasil

Marzo de 2001, en conjunto con Ibope (La organización líder en Brasil en la realización de encuestas).

Está pendiente la realización de una segunda encuesta, posiblemente para el segundo semestre de 2001, con otra agencia. En lo que sigue se hará referencia a esta agencia como Segundo Donante (SD) debido a que aún se encuentra trabajando (en septiembre de 2001).

Campos: Procesos electorales, votaciones, percepciones y medidas de corrupción por parte de ciudadanos brasileños.

Problemas que enfrenta la herramienta: mediante el uso de encuestas, TBrasil buscaba poder detectar y poner de relieve el efecto que tienen las prácticas corruptas sobre los procesos electorales, así como suministrar datos acerca de las percepciones de corrupción de los ciudadanos; datos con los que aún no se contaba en Brasil.

Alianzas: Una encuesta fue realizada por Ibope (www.ibope.com.br), otra por SD.

Financiamiento: Amable donación de Ibope.

Información adicional: Para más información, contactar a

Cláudio Weber Abramo, Secretario General, Transparência Brasil

cwabramo@uol.com.br

Teléfono (+55-11) 3086 3537

Fax (+55-11) 258 1047

Transparência Brasil web site: www.transparencia.org.br

II. Objetivos

Diseñar e implementar una encuesta que mida las percepciones de corrupción de los ciudadanos en casos específicos.

Incrementar la conciencia pública ante la corrupción en los procesos electorales.

Incrementar la conciencia pública sobre la existencia de TBrasil.

Ayudar a TBrasil a crear un plan de trabajo significativo y relevante, poniendo de relieve posibles áreas para trabajos futuros. Los resultados de las encuestas pueden servir también para encontrar nuevos temas relacionados para ser explorados por el capítulo.

III. Contexto

En relación con la encuesta realizada por Ibope, las principales preguntas (acerca de la compra y la venta de votos) se hicieron basándose en las **Elecciones Municipales** del año 2000 realizadas a nivel nacional. A pesar de la implementación de nuevas leyes que castigan y prohíben la compra y la venta de votos (a cambio de favores políticos o dinero), hubo varios reportes acerca de tráfico de votos demostrando que esta práctica continúa siendo parte de la experiencia política de Brasil.

Por lo tanto, el propósito de la encuesta del Ibope era el de examinar en qué medida las personas encuestadas habían sido movidas a votar por un candidato en particular por razones financieras, o por la promesa condicional de servicios. De manera similar, la encuesta invitaba a las personas a detallar sus experiencias de propuestas de sobornos hechas por funcionarios públicos.

Las demás preguntas, un poco más generales, sobre evaluación de corrupción en los dos años anteriores y acerca de cómo debería el sistema educativo luchar contra la corrupción, eran menos contextuales. Las respuestas a este tipo de preguntas reflejan una medida más subjetiva de las prácticas corruptas (debido a que se basan en opiniones y percepciones), y pueden cambiar dependiendo del contexto y el plano social y ambiental.

IV. Implementación

En términos generales, llevar a cabo una encuesta abarca lo siguiente:

Encontrar patrocinadores/donantes: En este caso, se le pidió a uno de los partícipes (Ibope) que donara una encuesta, y el otro, SD, propuso a TBrasil la elaboración de un diseño de encuesta de manera gratuita.

Cabe anotar que la preparación de encuestas donadas puede sufrir retrasos debido al nivel de prioridad entregado por el (los) respectivo(s) proveedor(es) del servicio. En este caso, la encuesta de Ibope avanzó rápidamente del planeamiento a la implementación en un periodo de cerca de un mes. La encuesta del SD, la cual fue iniciada con mucha más anterioridad (noviembre 2000), sufrió repetidos retrasos. El cuestionario del SD fue terminado en enero del 2001, sin embargo no realizaron ninguna actividad más en relación con esto hasta mayo del 2001, cuando retomaron por un corto periodo el trabajo al ver el éxito obtenido por la encuesta de Ibope. Las labores se detuvieron poco después.

Establecimiento de responsabilidades metodológicas claras. La metodología corresponde a la de los métodos usados en la creación del cuestionario y de los procedimientos de muestreo.

Diseño del cuestionario. TBrasil estableció comités directivos para cada una de las dos encuestas aquí descritas. El cuestionario de Ibope puede ser encontrado como anexo al final de este documento.

Johann Graf Lambsdorff (Göttingen University, <http://www.gwdg.de/~uwww/>), reconocido por sus labores en el CPI, participó en los dos y fue remunerado por su trabajo. Fredrik Galtung (consejera especial de TI) y el Dr. Bruno Speck (político y miembro de la junta directiva de TBrasil) participaron en el diseño del cuestionario de la encuesta de Ibope. El comité directivo de la encuesta del SD incluía a un experto en muestreo en Brasil, el Dr. Wilton Bussab, quien trabajó de manera voluntaria y ofreció consejos invaluable. Cláudio Weber Abramo, secretario general de TBrasil, coordinó ambos comités directivos.

En ambos casos, se buscaba intentar medir percepciones e identificar prácticas corruptas específicas. Las discusiones de los comités directivos acerca de la forma y la naturaleza de los cuestionarios se extendieron durante varias semanas, haciendo uso intensivo del correo electrónico. Ver los cuestionarios anexos.

Ninguna encuesta resalta jamás mejor que su cuestionario. Un cuestionario con imperfecciones lleva a resultados de poco o de ningún valor. Por lo tanto, es imperativo consignar el tiempo justo y necesario, para perfeccionar las preguntas que se van a hacer.

Otra consideración de suma importancia es aquella relacionada con el número de preguntas que un cuestionario debe contener, ya que el tiempo disponible de las personas encuestadas determinará la calidad de la respuesta. Ibope propuso cinco preguntas (que más tarde se extendieron a seis), y SD propuso 25 (que más tarde se cambiaron a 15). Ibope y SD propusieron metodologías muy diferentes cada uno, lo que se puede apreciar en la diferencia del número de preguntas propuestas. Ibope optó por un enfoque de encuesta de una entrevista persona a persona, mientras que SD propuso una encuesta a distancia en internet protegida por una clave de acceso.

Todas las discusiones se realizaron en inglés y el paso final era una traducción al portugués. Esta es una *movida peligrosa*, pues las preguntas realizadas con especial cuidado en inglés pueden adquirir otro matiz en la traducción (especialmente si esta es hecha por alguien externo). Obviamente este riesgo se incrementa entre más extenso sea el documento. Por esta razón, se debe procurar especial cuidado durante esta etapa.

Procedimientos de muestreo. Es esencial contar con un muestreo apropiado para garantizar que los resultados puedan ser extendidos de forma razonable para que reflejen la totalidad de la población. Para producir resultados creíbles por medio de una encuesta, para tener argumentos ante posibles críticas y para reflejar a la población en general, es primordial contar con un procedimiento de muestreo correctamente diseñado. Ya que el muestreo es un tema un poco recóndito (el cual no dominan del todo las organizaciones encargadas de realizar encuestas), las organizaciones que se encargan de realizar encuestas tienen la tendencia a seguir procedimientos de “casa” ya establecidos que no necesariamente son los más indicados para el propósito del cliente. Para una encuesta pagada, el cliente está en su derecho de influenciar el muestreo (por un precio). Esto no tiene gran alcance si el cliente no entiende mucho sobre el proceso de muestreo, y es así como en estos casos es aconsejable utilizar los servicios de un experto independiente en muestreo. Cuando la encuesta está siendo realizada de forma gratuita, en la práctica es virtualmente imposible ejercer influencia alguna en el procedimiento de muestreo escogido por la organización encargada.

Las diferencias fundamentales entre las encuestas realizadas por Ibope y SD fueron las siguientes:

Ibope	Segundo Donante
TBrasil se dirigió a Ibope para solicitar servicios.	SD le ofreció a TBrasil, la elaboración de una encuesta de forma gratuita.
Encuesta hecha de puerta en puerta.	Más orientada hacia el mercado.
Pequeño número de preguntas.	Encuesta a distancia, acceso a los cuestionarios por medio de internet.
La preparación de la encuesta fue ininterrumpida y se completó después de casi un mes.	Gran número de preguntas. La preparación de la encuesta fue interrumpida en varias ocasiones y blanco de largas demoras En el comité directivo participó un importante especialista brasileiro.

La producción de un reporte final y la preparación de materiales de comunicación.

La preparación y la presentación de los resultados de las encuestas es de suma importancia para alcanzar los objetivos propuestos. Durante la creación de los materiales escritos, no se puede olvidar en ningún momento que se está dirigiendo a públicos diferentes y variados. Por lo tanto, es necesario preparar diferentes reportes. El reporte principal es en gran medida de carácter técnico; presenta la información metodológica relevante y los hallazgos empíricos. Estos incluyen el cuestionario, el muestreo, las tablas estadísticas, etc. Esta es la principal documentación de referencia de la encuesta y debe ser distribuida (en especial a la prensa) o puesta al alcance del público (por ejemplo, por medio del internet). El reporte principal de la encuesta de Ibope puede ser encontrado en la página de internet de Transparencia Brasil, www.transparencia.org.br.

Sin embargo este tipo de textos no son fáciles de leer para las personas de la calle, por lo tanto se debe realizar un gran esfuerzo para asegurar que los resultados de la encuesta y sus conclusiones puedan ser expuestos en otro lugar de una forma fácil de leer que permita un examen rápido.

Se debe convocar y preparar cuidadosamente una conferencia de prensa. Se debe preparar un buen resumen para la prensa donde se resalten todos los resultados importantes y donde se señalen las consecuencias y las derivaciones. Entre más concisa sea la información, mejor será absorbida por los periodistas, y – muy importante – mejor será su disposición a hacer uso de ella. Durante la conferencia de prensa, todas las personas responsables de los aspectos técnicos de la encuesta deben estar a disposición en caso de que se tengan que contestar preguntas en relación con los procedimientos. Aquellas personas que den entrevistas deben prepararse revisando detalladamente el material de las encuestas.

Hay que predecir las preguntas de cuidado y preparar respuestas para evitarlas. En caso de duda, jamás adivinar. Decir “no lo se” es mejor que hacer una afirmación posiblemente errónea.

Se debe presentar información gráfica de la forma más simple posible. Las presentaciones de televisión deben ser hechas con imágenes grandes (por lo menos A4) usando colores de alto contraste. Las informaciones presentadas en una pantalla por escrito usualmente necesitan de mayores explicaciones y por esta razón son editadas y sacadas de la cobertura hecha por la televisión. En el caso de la encuesta realizada por Ibope, todos los resultados, incluyendo importantes datos escritos y gráficas, fueron incluidos en la página de internet de Transparência Brasil (<http://www.transparencia.org.br>).

Además, las mismas informaciones se podían conseguir en una serie de diferentes formatos (archivos de tipo .doc files, PDF, hojas en Excel y HTML), para permitir así el mayor acceso posible. También se puso a disposición un resumen en inglés (en PDF).

Maximizando los resultados

Las informaciones recogidas en las encuestas pueden ser usadas en artículos, reportajes, etc. publicados en diferentes medios y dirigidos a diferentes segmentos del público, ampliando así los alcances de la utilidad de la encuesta más allá del cubrimiento que haga la prensa. Tanto Cláudio Weber Abramo como el Dr. Bruno Speck escribieron varios artículos (uno de ellos en conjunto) acerca de la encuesta para diferentes publicaciones.

V. Resultados

Los resultados de la encuesta realizada por Ibope fueron muy positivos. La conferencia de prensa gozó de una amplia cobertura. La encuesta fue cubierta por todos los diarios y las revistas nacionales, así como por varios diarios y revistas regionales. Hubo amplia cobertura en televisión (cerca de 1h20min en total de cobertura), radio (casi 30 min de cobertura), así como cobertura por internet. Un mes después del lanzamiento de la encuesta, la sección de la página de internet de TBrasil dedicada a la encuesta recibía en promedio 30 visitas diarias. Tres meses más tarde, el promedio era de 15 visitas por día. Estas cifras son relativamente altas para el medio y para un tema de esta índole.

VI. Recomendaciones

La encuesta realizada por Ibope contenía preguntas acerca de percepciones de corrupción. Su utilidad se incrementa cuando las mismas preguntas se repiten año por año, permitiendo así hacer una evaluación de tendencias. Sin embargo, en el momento de escribir este documento, Ibope estaba aún por confirmar su interés en repetir la iniciativa en el año 2002.

Para mantener una estabilidad metodológica, (particularmente en el muestreo), la misma institución encargada de realizar encuestas debería ser la responsable de la elaboración de encuestas futuras de continuación. En el caso de que no sea posible contar con los servicios de la misma institución, es recomendable que la organización (en este caso, TBrasil) intente mantener la máxima armonía metodológica posible.

Descripción hecha por: Cláudio Weber Abramo

Anexo 1

IBOPE Cuestionario

En su opinión, en los últimos dos años el grado de corrupción en las tres esferas del gobierno ha [Aumentado significativamente - Disminuido significativamente en una escala de 5 puntos]:

Federal _____

Estatat _____

Municipal _____

Durante los últimos 12 meses algún funcionario del gobierno le ha pedido a usted de forma directa, o lo ha puesto claramente como condición, el pagar un soborno por sus servicios?

☐ Sí ☐ No

En caso afirmativo, a qué institución(es) pertenecía?

Respuesta abierta _____

Durante el año 2000, algún funcionario público o intermediario le ayudó de forma periódica a resolver sus problemas con la administración municipal, poniendo como condición que usted votara por algún candidato específico?

☐ Sí ☐ No

Durante la campaña para las elecciones municipales del año 2000, algún candidato (o intermediario) le ofreció dinero para que votara por él?

☐ Sí ☐ No

a. En caso afirmativo, qué suma le fue ofrecida?

Respuesta abierta _____

b. En caso afirmativo, usted aceptó?

☐ Sí ☐ No

En caso de haber contestado de forma afirmativa a la pregunta 3, y a pesar de haber contestado la pregunta 3b, votó usted por el candidato?

☐ Sí ☐ No

Nota: Ibope interpretó mal esta pregunta y la aplicó sólo para las personas que hubieran contestado “sí” a la pregunta 3.b.

En su opinión, el sistema educativo de los colegios es responsable por no conceder a la corrupción la atención que merece?

☐ estoy de acuerdo ☐ no estoy de acuerdo ☐ No tengo opinión al respecto

Annex 2

SD QUESTIONNAIRE

Ao responder ao questionário, solicita-se atenção para as seguintes definições:

Corrupção Processo em que um administrador público auferе rendimentos indevidos aproveitando-se de sua posição. A corrupção sempre envolve um administrador público e um co-participante privado (empresa ou indivíduo). Deve ser distinguida da

Fraude Processo de enriquecimento privado por burla de normas públicas ou privadas, sem participação da parte prejudicada. Na fraude, o agente é sempre um cidadão privado.

Administrador público Qualquer pessoa investida de funções de gestão do Estado. Podem ser funcionários públicos de carreira ou políticos. Também se incluem quaisquer agentes que agem em nome do poder público, como concessionárias de serviços, mesmo que privatizadas.

I. Informações sobre a empresa e sobre quem responde

As perguntas a fazer dependem de como será o mecanismo de distribuição e recepção de respostas, pois muita coisa pode ser obtida automaticamente, sem necessidade de perguntar. Entre essas perguntas, se incluiriam:

1. Distribuição percentual do faturamento da empresa:
Fornecimentos a clientes públicos [porcentagem]
Fornecimentos a clientes privados [porcentagem]
2. Distribuição percentual de faturamento proveniente de clientes públicos:
Federais [porcentagem]
Estaduais [porcentagem]
Municipais [porcentagem]

II. Percepções gerais

1. In sua opinião, qual é o nível geral de corrupção em seu setor?

Hoje:

Muito baixo	1	2	3	4	5	6	Muito alto
-------------	---	---	---	---	---	---	------------

Três anos atrás:

Muito baixo	1	2	3	4	5	6	Muito alto
-------------	---	---	---	---	---	---	------------

Qual será a situação mais provável daqui a dois anos?

Muito baixo	1	2	3	4	5	6	Muito alto
-------------	---	---	---	---	---	---	------------

2. Conforme a sua percepção, qual é a frequência com que a cobrança de propinas e a prática do nepotismo ocorrem nas seguintes áreas?

Judiciário

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Licitações públicas

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Permissões e fiscalizações

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Privatizações

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Comércio exterior (incluindo Alfândega, permissões e autorizações para transações financeiras internacionais)

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Impostos e taxas

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Polícia

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

3. Em sua percepção, qual é a probabilidade de que os seguintes grupos de pessoas cobrem propinas e/ou pratiquem nepotismo?

Fiscais tributários

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Policiais

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Agentes alfandegários

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Fiscais técnicos (segurança, meio ambiente, qualidade de obras públicas)

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Juízes

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Funcionários de bancos oficiais

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Administradores públicos ligados a licitações

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Administradores públicos ligados à concessão de permissões (ocupação imobiliária, licenças de funcionamento etc.)

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Parlamentares (federais, estaduais e municipais)

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Ministros e secretários estaduais e municipais

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Funcionários de partidos

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

4. Em sua opinião, qual porcentagem de contratos decorrentes de licitações públicas em todos os níveis **não são** decorrentes de corrupção? [Porcentagem]

5. Conforme sua percepção, em quais dos 27 estados brasileiros (incluindo o Distrito Federal) a corrupção é **menos** freqüente e disseminada? [Listar estados]

6. Em sua opinião, em quais estados a corrupção é particularmente freqüente e disseminada? [Listar estados]

III. Experiência

1. Conforme sua estimativa, qual porcentagem anual do faturamento bruto é gasto por uma empresa de seu setor no pagamento de propinas e outras práticas semelhantes? [Porcentagem]

2. Qual é a situação mais freqüente? [Uma só resposta]

O administrador insinua ou solicita um pagamento [Alternativa]

A empresa oferece espontaneamente um pagamento [Alternativa]

3. Sua empresa participa atualmente de **licitações públicas**, ou já tentou participar? [Sim/Não; se não, passar para a questão 7]

4. Sua firma já foi sujeita a pedidos de propinas ou outros pagamentos indiretos por parte de administradores públicos ou políticos com respeito ao certame, ao contrato, a pagamentos devidos e outros assuntos relacionados? [Sim/Não]

5. Existe uma “taxa fixa” de propina calculada sobre o valor do contrato? [Sim/Não/Não sei]. Em caso afirmativo, de quanto é? [Resposta aberta]

6. Em sua experiência, a corrupção em licitações é um problema grave no plano: [Mais de uma resposta é possível]

Municipal [Sim/Não]

Estadual [Sim/Não]

Federal [Sim/Não]

7. Sua firma já foi sujeita a pedidos de propinas ou outros pagamentos indiretos por parte de administradores públicos ou políticos com respeito a **impostos e taxas**? [Sim/Não; se não, passar para a questão 11]

8. Quais das seguintes áreas são mais vulneráveis a tais práticas?

Federal: imposto de renda, PIS, PASEP etc. [Sim/Não]

Federal: taxas e impostos específicos do ramo de atividade [Sim/Não]

Federal: depósitos, taxas e impostos trabalhistas [Sim/Não]

Estadual: ICMS [Sim/Não]

Municipal: ISS [Sim/Não]

Municipal: IPTU [Sim/Não]

9. Quais favores fiscais de impostos proporcionam contra o pagamento de uma propina?

Conselhos sobre possibilidades legais de reduzir obrigações [Sim/Não]

Concessão de isenções a que a empresa não tem direito [Sim/Não]

Deixar passar valores não declarados [Sim/Não]

Deixar de notificar fraudes tributárias identificadas [Sim/Não]

Cancelar multas já emitidas [Sim/Não]

Deixar de ameaçar a empresa [Sim/Não]

Relaxar fiscalizações e inspeções [Sim/Não]

Outras [Especificar]

10. Existe uma “taxa fixa” de propina calculada sobre o valor do imposto devido? [Sim/Não/Não sei]. Em caso afirmativo, de quanto é? [Resposta aberta]

11. Sua firma já foi sujeita a pedidos de propinas ou outros pagamentos indiretos por parte de administradores públicos ou políticos com respeito à **concessão de licenças**? [Sim/Não; se não, passar para a questão 14]

12. Existe uma “taxa fixa” de propina calculada sobre certos serviços? [Sim/Não/Não sei]. Em caso afirmativo, de quanto é? [Resposta aberta]

13. Em sua experiência, a cobrança de propinas nas concessão de licenças e outros serviços é problemática na esfera: [Mais de uma resposta possível]

Municipal [Sim/Não]

Estadual [Sim/Não]

Federal [Sim/Não]

14. Sua firma já se sentiu compelida a contribuir com **campanhas eleitorais**? [Sim/Não; se não, passar para 16]

15. Antes de fazer contribuições, há menção explícita de favores que serão prestados em troca? [Sim/Não]

16. Além do pagamento de propinas, quais outros métodos são comuns para se obter tratamento diferenciado por parte de quem toma decisões na administração pública? [Mais de uma resposta pode ser assinalada]

Nepotismo (empregar ou favorecer parentes do administrador público) [Sim/Não]

Dar presentes e oferecer gentilezas freqüentes, como jantares e viagens [Sim/Não]

Ameaçar e constranger administradores públicos [Sim/Não]

Contribuir para campanhas eleitorais [Sim/Não]

Outros [Especificar]

IV. Comportamentos da empresa

1. A corrupção é algo aceito tacitamente pelas políticas gerenciais das empresas de seu setor? [Sim/Não/Não sei]

2. Sua empresa conta com um código de ética ou de conduta em que a corrupção é especificamente proibida? [Sim/Não]

3. Quais fatores, em sua opinião, poderiam reduzir a corrupção no setor de atuação de sua empresa?

Mudanças na Lei de Licitações

Melhor entendimento sobre o processo de licitação pelo Judiciário

Reforma tributária

Maior fiscalização e punição de administradores corruptos

Punição de empresários corruptores

Adoção de financiamento público de campanhas eleitorais

Aumento da transparência do governo

Outros [Especificar]

PESQUISAS

I. Dados e informações

Nome da ferramenta: Pesquisas

Descrição: Esta é uma ferramenta que reúne a elaboração, a distribuição e a análise de pesquisas para medir percepções e experiências com corrupção.

Organização responsável: Transparência Brasil (TBrasil)

Onde e quando a ferramenta foi usada:

Brasil

Março de 2001, em trabalho conjunto com o Instituto Brasileiro de Opinião e Pesquisas (Ibope), empresa de pesquisas líder no Brasil.

Uma segunda pesquisa está em preparação, prevista para o segundo semestre de 2001, com outra empresa – referida daqui em diante como Segundo Doador (SD), já que o trabalho ainda não foi concluído.

Campos/Áreas: Processos eleitorais, voto, percepção e medidas de corrupção por cidadãos brasileiros.

Problema para o qual a ferramenta foi construída: A TBrasil estava interessada em pesquisas que detectassem e chamassem a atenção para o efeito de práticas corruptas sobre processos eleitorais legais e regulares; estava interessada também em obter e fornecer informações – que não havia no Brasil – sobre o que os cidadãos sabem e pensam sobre a corrupção.

Alianças/Cooperações: Uma das pesquisas foi feita pelo Ibope; a outra será feita pelo SD.

Fundos: Doação feita pelo Ibope.

Outras Informações: Para mais informações, entrar em contato com Cláudio Weber Abramo, Secretário Geral, Transparência Brasil [cwabramo@uol.com.br]

Telefone: (+55-11) 3086 3537

Página Web da Transparência Brasil: www.transparencia.org.br

II. Objetivos

Construir e aplicar pesquisas para medir o que os cidadãos vêem e sentem da corrupção, em instâncias específicas.

Fazer com que os cidadãos tenham consciência mais clara do que há de corrupção no sistema eleitoral e chamar a atenção para o problema.

Chamar a atenção do grande público para o trabalho da TBrasil.

Destacar áreas potenciais de atuação futura, para auxiliar a TBrasil a criar um plano de trabalho relevante e significativo. Os resultados da pesquisa devem também apontar outros temas relacionados, a serem explorados.

III. Contexto

Na pesquisa Ibope, as principais perguntas (relacionadas à compra e venda de votos) foram estimuladas pelas eleições municipais de 2000, conduzidas em todo o país. Apesar de já estar em vigor uma nova lei que pune a compra e venda de votos (com dinheiro ou favores administrativos), houve naquele período muitas notícias sobre barganha de votos – sinal de que a prática continuava na vida política brasileira.

A pesquisa do Ibope visava a investigar até que ponto os respondentes haviam sido levados a votar em um determinado candidato em troca de vantagem financeira, ou na esperança de obter um serviço administrativo. A pesquisa também pedia que os respondentes detalhassem qualquer experiência que tivessem com funcionários públicos que lhes houvessem pedido propina.

Outras perguntas, mais gerais, sobre avaliação da corrupção nos últimos dois anos, e perguntas sobre como o sistema educacional deve enfrentar a corrupção, eram menos contextualizadas. Nesses casos, as respostas oferecem uma avaliação mais subjetiva das práticas de corrupção (já que se baseiam em opiniões e percepções) e podem mudar, conforme mudem o contexto ou o ambiente social e as circunstâncias.

IV. Implementação

Em geral, conduzir uma pesquisa envolve:

Encontrar um patrocinador/doador. No primeiro caso, a TBrasil pediu ao Ibope que doasse a pesquisa; no segundo caso, o SD ofereceu a pesquisa à TBrasil, sem cobrar pelos serviços.

Vale lembrar que a preparação de uma pesquisa oferecida gratuitamente pode sofrer demoras e atrasos, conforme as prioridades estabelecidas pela agência doadora. A pesquisa Ibope fluiu rapidamente, da planificação à implementação, em cerca de um mês. Já a pesquisa SD se atrasou, apesar de ter começado antes (novembro de 2000). O questionário do SD estava pronto em janeiro de 2001, mas não houve qualquer outra atividade até maio do mesmo ano, quando o SD retomou o trabalho, logo depois do sucesso da pesquisa Ibope. Pouco depois, o trabalho foi novamente interrompido.

Estabelecer responsabilidades metodológicas claras. A metodologia diz respeito aos métodos usados para projetar o questionário e definir as amostras.

Projeto do questionário. TBrasil estabeleceu comitês orientadores para cada uma das pesquisas aqui descritas.

Johann Graf Lambsdorff (Universidade de Göttingen, <http://www.gwdg.de/~uwvw/>), conhecido pelos estudos do Índice de Percepções de Corrupção (IPC), participou nos dois comitês e foi remunerado. Fredrik Galtung (conselheiro especial da TI) e o Dr. Bruno Speck (cientista político e membro do Conselho Deliberativo da TBrasil) participaram do trabalho de projetar o questionário da pesquisa Ibope.

O comitê para a pesquisa SD incluiu o maior especialista brasileiro em técnicas amostrais, Dr. Wilton Bussad, que trabalhou como voluntário e ofereceu valiosos conselhos/informações. Cláudio Weber Abramo, secretário geral da TBrasil, coordenou os dois comitês.

Nos dois comitês, a maior dificuldade foi determinar como medir percepções e identificar práticas e atitudes corruptas. As discussões sobre a forma e a natureza dos questionários estenderam-se por muitas semanas, com ativa troca de mensagens por correio eletrônico. (Veja os questionários anexos).

Nenhuma pesquisa é melhor do que seu questionário. Um questionário fraco e com defeitos leva a resultados ruins e pouco confiáveis; é indispensável aperfeiçoar o mais possível as perguntas, pelo tempo que for necessário.

Outra questão importante é o número adequado de perguntas. O tempo que os respondentes dispõem para responder determina o nível de input e a qualidade das respostas. O Ibope propôs cinco perguntas (depois se acrescentou mais uma) e o SD propôs 25 (depois reduzidas a 15). Ibope e SD propuseram metodologias muito diferentes – o que se evidenciou no número de perguntas propostas. O Ibope optou por uma entrevista pessoa-a-pessoa. O SD propôs uma pesquisa a distância, via Internet, protegida por senha individual.

Como todas as discussões foram feitas em inglês, o passo final foi traduzi-las para o português. Essa operação implica riscos específicos e graves, porque pode acontecer de perguntas cuidadosamente formuladas em inglês perderem nuances importantes quando traduzidas (sobretudo quando a tradução é entregue a terceiros, estranhos ao projeto); obviamente, quanto maior o questionário, maiores os riscos. Portanto, deve-se tomar cuidado especial nesta etapa.

Procedimentos de amostragem. Uma boa amostragem é essencial para garantir que os resultados possam ser corretamente expandidos para uma grande parcela da população. Para produzir resultados confiáveis, que resistam às críticas e reflitam a população em geral, é indispensável adotar procedimentos corretos de amostragem. O problema da amostragem é assunto pouco discutido (que nem todas as agências de pesquisas controlam adequadamente); as empresas de pesquisa tendem a adotar rotinas internas, consagradas pela prática, mas que nem sempre são adequadas ao objetivo do cliente. Numa pesquisa paga, o cliente tem o direito de influenciar a amostra (por um determinado preço) – o que pode significar quase nada, se o cliente não tiver noção do que sejam procedimentos de amostragem. Nesses casos, é recomendável contar com um expert em amostras independente. No caso de pesquisas oferecidas gratuitamente, é praticamente impossível – ou, pelo menos, é muito difícil – influenciar os procedimentos de amostragem definidos pela agência.

Diferenças básicas entre as agências de pesquisa Ibope e SD:

Ibope	Segundo Doador
TBrasil procurou o Ibope para solicitar seus serviços	Procurou a TBrasil e ofereceu gratuitamente a pesquisa
Pesquisa pessoal, de porta-em-porta	Pesquisa <i>de mercado</i>
Baixo número de perguntas	Pesquisa a distância; questionários distribuídos

Pesquisa construída sem interrupções, completada em cerca de um mês	pela Internet
	Número grande de perguntas
	Muitas interrupções na preparação da pesquisa; muitos atrasos
	O maior especialista brasileiro em amostras para pesquisa participou do comitê orientador

Produção do relatório final e preparação de materiais para imprensa.

A preparação e a apresentação dos resultados da pesquisa é crucial para atingir os objetivos desejados. Nos materiais escritos, deve-se sempre ter em mente que a pesquisa atingirá públicos diferentes e variados; deve-se portanto preparar diferentes relatórios. O relatório principal é mais técnico; deve oferecer a informação metodológica relevante e os dados empíricos – o questionário, a amostra, os quadros estatísticos etc. Este é o documento referencial primário da pesquisa; deve ser distribuído (especialmente para a imprensa) ou ser facilmente acessível (por exemplo, pela Internet). O relatório principal da pesquisa Ibope pode ser encontrado na página Web da Transparência Brasil [www.transparencia.org.br].

Contudo, nem todos lêem e entendem facilmente este tipo de texto; deve-se portanto fazer o possível para que as descobertas e conclusões da pesquisa sejam acessíveis a qualquer cidadão; e que o texto possa ser lido e examinado rapidamente, sem dificuldades excepcionais.

Deve-se convocar – e organizar muito bem – uma entrevista coletiva; na ocasião, deve-se distribuir um kit em que se destaquem os principais resultados de pesquisa e se apontem algumas das consequências e derivações. Quanto mais concisa a informação, mais facilmente os jornalistas a absorverão e – o que é mais importante – mais saberão usá-la e divulgá-la. Na coletiva de imprensa, devem estar presentes todos os responsáveis pelos aspectos técnicos da pesquisa, para o caso de haver perguntas específicas. Quem ficar encarregado das respostas deve estar completamente familiarizado com a pesquisa, em todos os detalhes.

Devem-se prever as perguntas potencialmente mais perigosas; e deve-se ter algumas respostas preparadas, para evitá-las. Na dúvida, não arrisque. É sempre melhor dizer “Eu não sei” do que falar sem ter certeza ou dar uma resposta errada.

Informação em gráficos têm de ser simples. A televisão exige imagens grandes (A4 pelo menos) com cores fortes e contrastantes. As tabelas exigem mais explicações e, por isso, só raramente são usadas em coberturas de TV.

No caso da pesquisa Ibope, todos os relatórios – inclusive dados primários em tabelas e gráficos – foram incluídos na página Web da TBrasil (www.transparencia.org.br). A mesma informação está disponível em diferentes formatos (.doc, PDF, planilha Excel e HTML), para ser mais facilmente acessível, e há um resumo em inglês (PDF).

Maximização dos resultados. Informações reunidas em pesquisas também podem ser usadas em artigos, reportagens etc., publicadas em diferentes meios, para diferentes segmentos do público, além da imediata cobertura de imprensa, o que amplia as possibilidades de utilização da pesquisa. Cláudio Weber Abramo e o Dr. Bruno Speck

escreveram vários artigos sobre a pesquisa (um deles em colaboração), para diversas publicações.

V. Resultados

Os resultados da pesquisa Ibope foram muito positivos. A entrevista coletiva recebeu ampla cobertura; a pesquisa foi comentada em todas as revistas e jornais nacionais e num grande número de jornais e revistas regionais; pela TV (com tempo total de broadcast de cerca de uma hora e vinte minutos), por rádio (cerca de trinta minutos de broadcast); e pela Internet.

Um mês depois de a pesquisa ter sido lançada, a seção da página Web da TBrasil correspondente atingia em média 30 visitantes por dia; três meses depois, a média ainda era de 15 visitantes por dia, números relativamente altos para este tipo de mídia e para este assunto.

VI. Recomendações

A pesquisa Ibope incluiu perguntas sobre percepção da corrupção. A pesquisa pode render ainda mais frutos caso se repetirem as mesmas perguntas, ano após ano, para fazer uma avaliação mais ampla de tendências. Entretanto, até o momento em que este texto foi preparado, o Ibope ainda não confirmara seu interesse em repetir a pesquisa em 2002.

Para manter a estabilidade dos métodos (particularmente na amostragem), é recomendável que a mesma agência de pesquisa seja encarregada de pesquisas futuras. Não sendo isto possível, aconselha-se que a organização responsável (neste caso, a TBrasil), procure garantir a máxima harmonização possível dos métodos.

Descripción: Cláudio Weber Abramo

Anexo 1

IBOPE QUESTIONNAIRE

In your opinion, in the past two years the degree of corruption in the three government spheres has [Increased significantly - Decreased significantly on a 5 point scale]:

Federal _____

State _____

Municipal _____

During the last 12 months has any government official directly asked you, or made clear it was a condition, to pay a bribe for his service?

☐ Yes ☐ No

If yes, which institution(s) did he belong to?

Open answer _____

During 2000, did any public official or go-between regularly help you to get problems solved within the municipal administration, stating as a condition that you vote for a specific candidate?

☐ Yes ☐ No

During the campaign for the 2000 municipal elections, did any candidate (or go-between) offer you money in return of voting for him?

☐ Yes ☐ No

a. If yes, how much was offered to you?

Open answer _____

b. If yes, did you accept?

☐ Yes ☐ No

If yes to question 3, and however you answered to question 3b, did you vote for the candidate?

☐ Yes ☐ No

Note: Ibope misunderstood this question and applied it only to persons who answered “yes” to question 3.b.

In your opinion, is the school system responsible for not giving corruption the attention it deserves?

☐ Agree ☐ Disagree ☐ No opinion

Anexo 2

SD QUESTIONNAIRE

Ao responder ao questionário, solicita-se atenção para as seguintes definições:

Corrupção Processo em que um administrador público auferir rendimentos indevidos aproveitando-se de sua posição. A corrupção sempre envolve um administrador público e um co-participante privado (empresa ou indivíduo). Deve ser distinguida da

Fraude Processo de enriquecimento privado por burla de normas públicas ou privadas, sem participação da parte prejudicada. Na fraude, o agente é sempre um cidadão privado.

Administrador público Qualquer pessoa investida de funções de gestão do Estado. Podem ser funcionários públicos de carreira ou políticos. Também se incluem quaisquer agentes que agem em nome do poder público, como concessionárias de serviços, mesmo que privatizadas.

I. Informações sobre a empresa e sobre quem responde

As perguntas a fazer dependem de como será o mecanismo de distribuição e recepção de respostas, pois muita coisa pode ser obtida automaticamente, sem necessidade de perguntar. Entre essas perguntas, se incluiriam:

1. Distribuição percentual do faturamento da empresa:
Fornecimentos a clientes públicos [porcentagem]
Fornecimentos a clientes privados [porcentagem]
2. Distribuição percentual de faturamento proveniente de clientes públicos:
Federais [porcentagem]
Estaduais [porcentagem]
Municipais [porcentagem]

II. Percepções gerais

1. In sua opinião, qual é o nível geral de corrupção em seu setor?

Hoje:

Muito baixo	1	2	3	4	5	6	Muito alto
-------------	---	---	---	---	---	---	------------

Três anos atrás:

Muito baixo	1	2	3	4	5	6	Muito alto
-------------	---	---	---	---	---	---	------------

Qual será a situação mais provável daqui a dois anos?

Muito baixo	1	2	3	4	5	6	Muito alto
----------------	---	---	---	---	---	---	---------------

2. Conforme a sua percepção, qual é a freqüência com que a cobrança de propinas e a prática do nepotismo ocorrem nas seguintes áreas?

Judiciário

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Licitações públicas

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Permissões e fiscalizações

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Privatizações

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Comércio exterior (incluindo Alfândega, permissões e autorizações para transações financeiras internacionais)

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Impostos e taxas

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

Polícia

Nunca	Raramente	Às vezes	Um tanto freqüentemente	Muito freqüentemente	Não sei
-------	-----------	----------	-------------------------	----------------------	---------

3. Em sua percepção, qual é a probabilidade de que os seguintes grupos de pessoas cobrem propinas e/ou pratiquem nepotismo?

Fiscais tributários

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Policiais

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Agentes alfandegários

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Fiscais técnicos (segurança, meio ambiente, qualidade de obras públicas)

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Juízes

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Funcionários de bancos oficiais

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Administradores públicos ligados a licitações

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Administradores públicos ligados à concessão de permissões (ocupação imobiliária, licenças de funcionamento etc.)

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Parlamentares (federais, estaduais e municipais)

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Ministros e secretários estaduais e municipais

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

Funcionários de partidos

Muito provável	Um tanto provável	Menos provável	Não sei
----------------	-------------------	----------------	---------

4. Em sua opinião, qual porcentagem de contratos decorrentes de licitações públicas em todos os níveis **não são** decorrentes de corrupção? [Porcentagem]

5. Conforme sua percepção, em quais dos 27 estados brasileiros (incluindo o Distrito Federal) a corrupção é **menos** freqüente e disseminada? [Listar estados]

6. Em sua opinião, em quais estados a corrupção é particularmente freqüente e disseminada? [Listar estados]

III. Experiência

1. Conforme sua estimativa, qual porcentagem anual do faturamento bruto é gasto por uma empresa de seu setor no pagamento de propinas e outras práticas semelhantes? [Porcentagem]

2. Qual é a situação mais freqüente? [Uma só resposta]

O administrador insinua ou solicita um pagamento [Alternativa]

A empresa oferece espontaneamente um pagamento [Alternativa]

3. Sua empresa participa atualmente de **licitações públicas**, ou já tentou participar? [Sim/Não; se não, passar para a questão 7]

4. Sua firma já foi sujeita a pedidos de propinas ou outros pagamentos indiretos por parte de administradores públicos ou políticos com respeito ao certame, ao contrato, a pagamentos devidos e outros assuntos relacionados? [Sim/Não]

5. Existe uma “taxa fixa” de propina calculada sobre o valor do contrato? [Sim/Não/Não sei]. Em caso afirmativo, de quanto é? [Resposta aberta]

6. Em sua experiência, a corrupção em licitações é um problema grave no plano: [Mais de uma resposta é possível]

Municipal [Sim/Não]

Estadual [Sim/Não]

Federal [Sim/Não]

7. Sua firma já foi sujeita a pedidos de propinas ou outros pagamentos indiretos por parte de administradores públicos ou políticos com respeito a **impostos e taxas**? [Sim/Não; se não, passar para a questão 11]

8. Quais das seguintes áreas são mais vulneráveis a tais práticas?

Federal: imposto de renda, PIS, PASEP etc. [Sim/Não]

Federal: taxas e impostos específicos do ramo de atividade [Sim/Não]

Federal: depósitos, taxas e impostos trabalhistas [Sim/Não]

Estadual: ICMS [Sim/Não]

Municipal: ISS [Sim/Não]

Municipal: IPTU [Sim/Não]

9. Quais favores fiscais de impostos proporcionam contra o pagamento de uma propina?

Conselhos sobre possibilidades legais de reduzir obrigações [Sim/Não]

Concessão de isenções a que a empresa não tem direito [Sim/Não]

Deixar passar valores não declarados [Sim/Não]

Deixar de notificar fraudes tributárias identificadas [Sim/Não]

Cancelar multas já emitidas [Sim/Não]

Deixar de ameaçar a empresa [Sim/Não]

Relaxar fiscalizações e inspeções [Sim/Não]

Outras [Especificar]

10. Existe uma “taxa fixa” de propina calculada sobre o valor do imposto devido? [Sim/Não/Não sei]. Em caso afirmativo, de quanto é? [Resposta aberta]

11. Sua firma já foi sujeita a pedidos de propinas ou outros pagamentos indiretos por parte de administradores públicos ou políticos com respeito à **concessão de licenças**? [Sim/Não; se não, passar para a questão 14]

12. Existe uma “taxa fixa” de propina calculada sobre certos serviços? [Sim/Não/Não sei]. Em caso afirmativo, de quanto é? [Resposta aberta]

13. Em sua experiência, a cobrança de propinas nas concessão de licenças e outros serviços é problemática na esfera: [Mais de uma resposta possível]

Municipal [Sim/Não]

Estadual [Sim/Não]

Federal [Sim/Não]

14. Sua firma já se sentiu compelida a contribuir com **campanhas eleitorais**? [Sim/Não; se não, passar para 16]

15. Antes de fazer contribuições, há menção explícita de favores que serão prestados em troca? [Sim/Não]

16. Além do pagamento de propinas, quais outros métodos são comuns para se obter tratamento diferenciado por parte de quem toma decisões na administração pública? [Mais de uma resposta pode ser assinalada]

Nepotismo (empregar ou favorecer parentes do administrador público) [Sim/Não]

Dar presentes e oferecer gentilezas freqüentes, como jantares e viagens [Sim/Não]

Ameaçar e constranger administradores públicos [Sim/Não]

Contribuir para campanhas eleitorais [Sim/Não]

Outros [Especificar]

IV. Comportamentos da empresa

1. A corrupção é algo aceito tacitamente pelas políticas gerenciais das empresas de seu setor? [Sim/Não/Não sei]
2. Sua empresa conta com um código de ética ou de conduta em que a corrupção é especificamente proibida? [Sim/Não]
3. Quais fatores, em sua opinião, poderiam reduzir a corrupção no setor de atuação de sua empresa?

Mudanças na Lei de Licitações

Melhor entendimento sobre o processo de licitação pelo Judiciário

Reforma tributária

Maior fiscalização e punição de administradores corruptos

Punição de empresários corruptores

Adoção de financiamento público de campanhas eleitorais

Aumento da transparência do governo

Outros [Especificar]