

*Confiança no
Brasil – com
dados globais*



Edelman Trust Barometer 2022



EDELMAN TRUST BAROMETER 2022

Metodologia

Margem de erro dos dados globais de 27 países: público total +/- 0,6% (n=31.050); metade da amostra do público total on-line +/- 0,8% (n=15.525).
Margem de erro dos dados específicos por país: público total +/- 2,9% (n=1.150); metade da amostra +/- 4,1% (n=575).

Sondagem on-line anual chega a seu 22º ano

Coleta de dados: 1º nov. – 24 nov. 2021

28

países

36.000+

entrevistados

1.150+

entrevistados/país

MÉDIAS GLOBAIS variam de acordo com o número de países pesquisados a cada ano:

MÉDIA GLOBAL DE 27 PAÍSES não inclui a Nigéria*

MÉDIA GLOBAL DE 22 PAÍSES não inclui África do Sul, Arábia Saudita, Colômbia, Nigéria, Quênia e Tailândia

MÉDIA GLOBAL DE 24 PAÍSES Pergunta não apresentada na China, Rússia e Tailândia

O teor delicado da pergunta impediu que esse dado fosse coletado nesses países

Outras médias globais são detalhadas no apêndice técnico

**Para evitar que os resultados globais fossem distorcidos, a Nigéria não foi incluída em nenhuma média global porque a população on-line não é representativa da população real*

África do Sul
Alemanha
Arábia Saudita
Argentina
Austrália
Brasil
Canadá
China
Colômbia
Coreia do Sul
Emirados Árabes
Espanha
França
Holanda
Índia
Indonésia
Irlanda
Itália
Japão
Malásia
México
Nigéria
Quênia
Reino Unido
Rússia
Singapura
Tailândia

22 ANOS DE CONFIANÇA

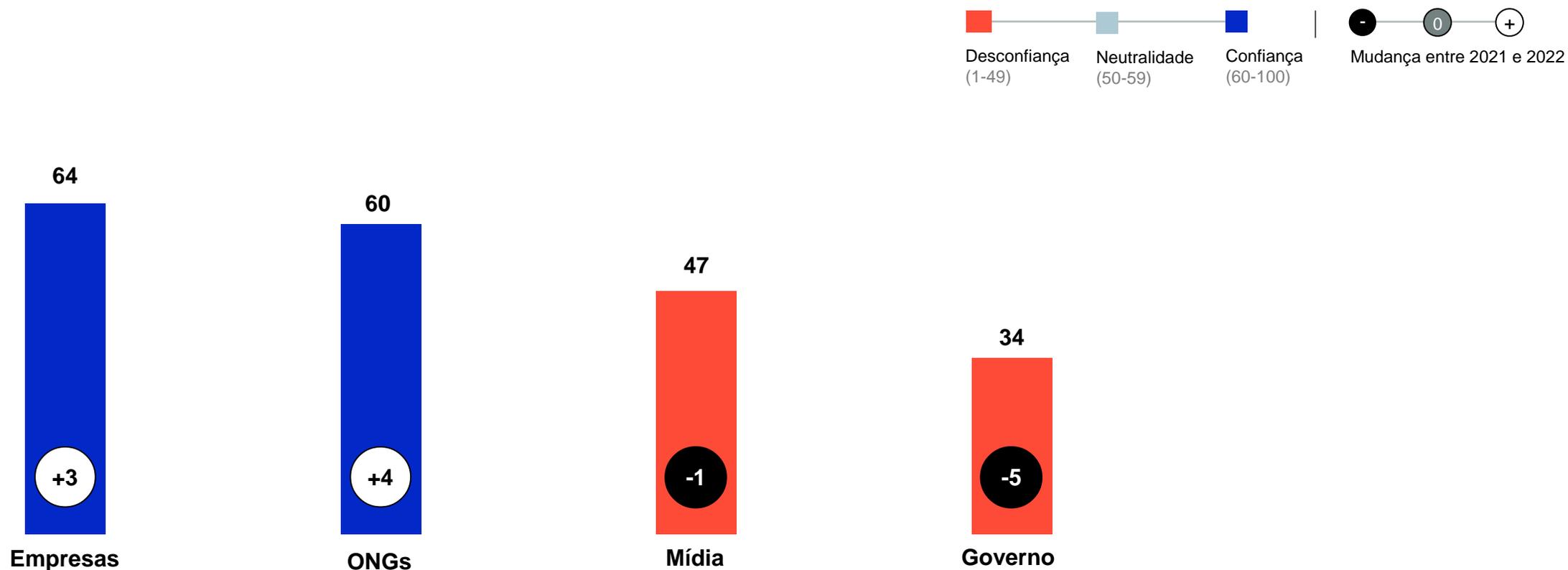
'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11
Influência crescente das ONGs	Declínio do CEO-celebridade	Mídia espontânea com mais credibilidade do que a publicidade	Empresas dos EUA na Europa sofrem queda na confiança	Confiança desloca-se de "autoridades" para pares	"Pessoa comum" surge como porta-voz de credibilidade	Empresas são mais confiáveis do que governo e mídia	Jovens têm mais confiança nas empresas	Confiança nas empresas despenca	Desempenho e transparência são essenciais para a confiança	Empresas devem ser parceiras do governo para recuperar confiança
'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	'20	'21	'22
Declínio do governo	Crise na liderança	Empresas devem liderar o debate sobre mudanças	Confiança é essencial para a inovação	Desigualdade crescente na confiança	Confiança em crise	A batalha pela verdade	Confiança no trabalho	Confiança: competência e ética	Empresas são as instituições mais confiáveis	O círculo da desconfiança



GOVERNO E MÍDIA ALIMENTAM CÍRCULO DA DESCONFIANÇA

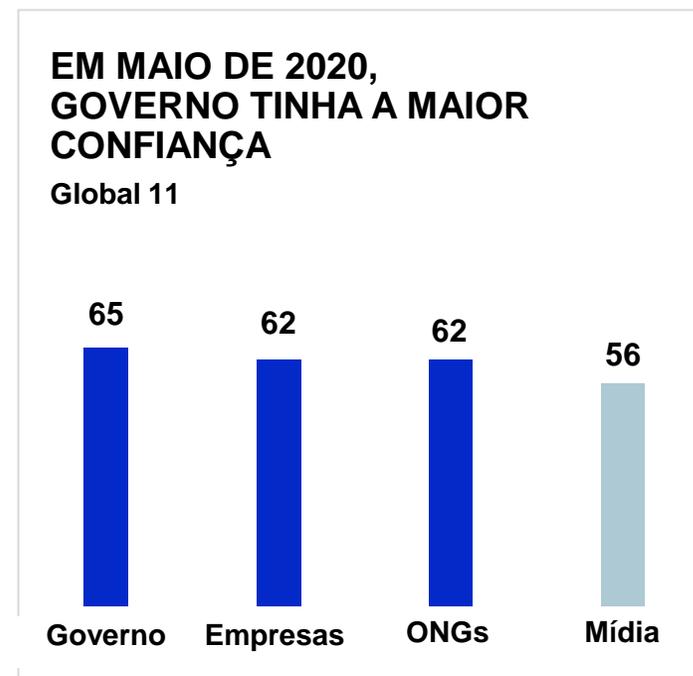
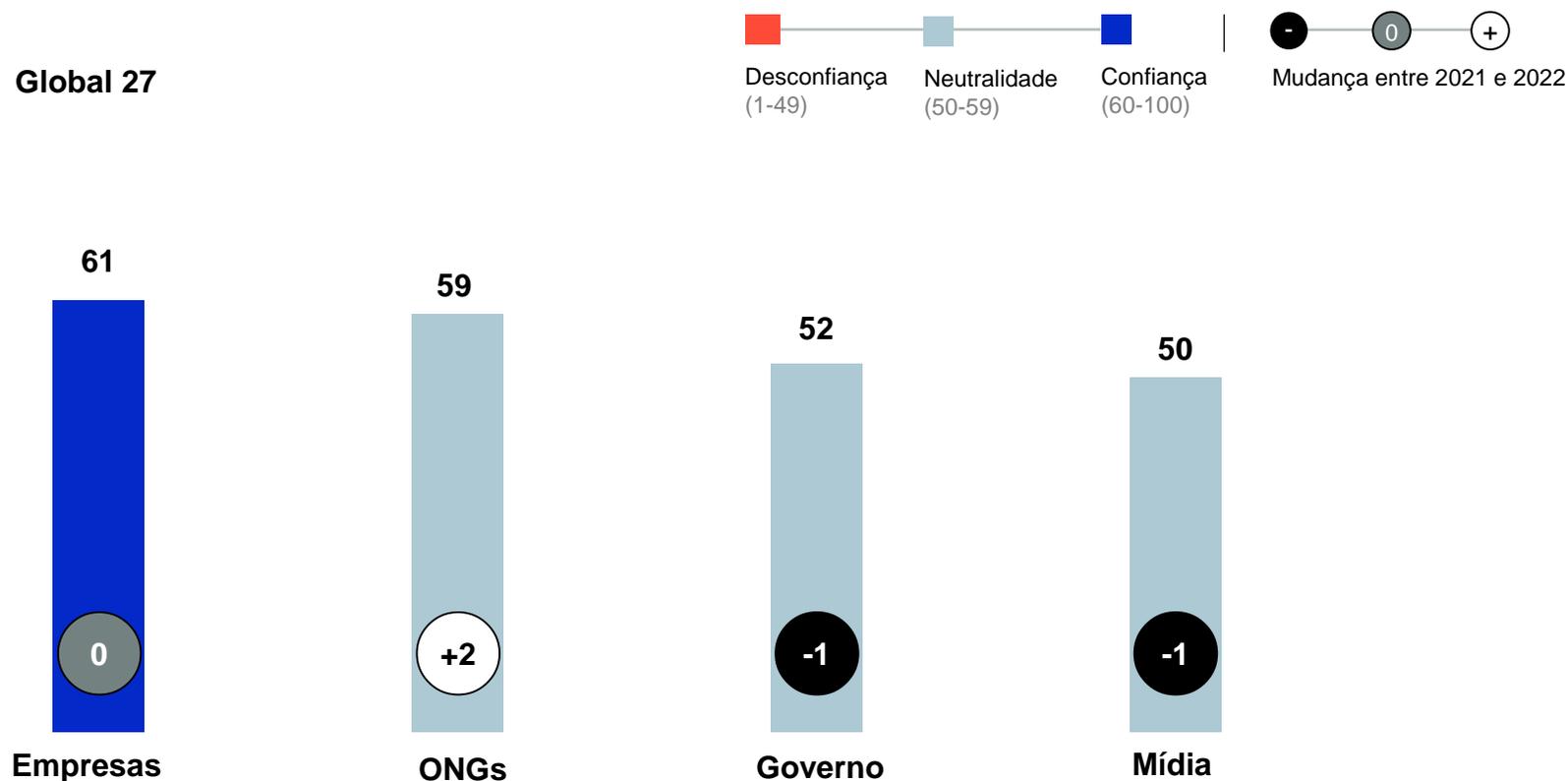
CONFIANÇA NO GOVERNO E NA MÍDIA CAI AINDA MAIS NO BRASIL

Porcentagem dos que confiam, no Brasil



CAI A CONFIANÇA NO GOVERNO E NA MÍDIA; EMPRESAS AINDA SÃO A ÚNICA INSTITUIÇÃO CONFIÁVEL

Porcentagem dos que confiam



Edelman Trust Barometer 2022. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atue corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 27 países.

Edelman Trust Barometer 2021 Atualização Maio 21. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atue corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 11 países.

GOVERNO E MÍDIA VISTOS COMO DESAGREGADORES

Porcentagem dos que afirmam, no Brasil

Essas instituições são...

■ — □
uma **força desagregadora** na sociedade uma **força unificadora** na sociedade

Diferença entre força unificadora e força desagregadora

-31ptos

59



28

Governo

-6ptos

43



37

Mídia

15ptos

30



45

Empresas

27ptos

28



55

ONGs



GOVERNO E MÍDIA VISTOS COMO DESAGREGADORES

Porcentagem dos que afirmam

Essas instituições são...

■ — □
uma **força**
desagregadora
na sociedade uma **força**
unificadora
na sociedade

*Diferença
entre força unificadora
e força desagregadora*

-12ptos

-11ptos

14ptos

21ptos

48

36

Governo

46

35

Mídia

31

45

Empresas

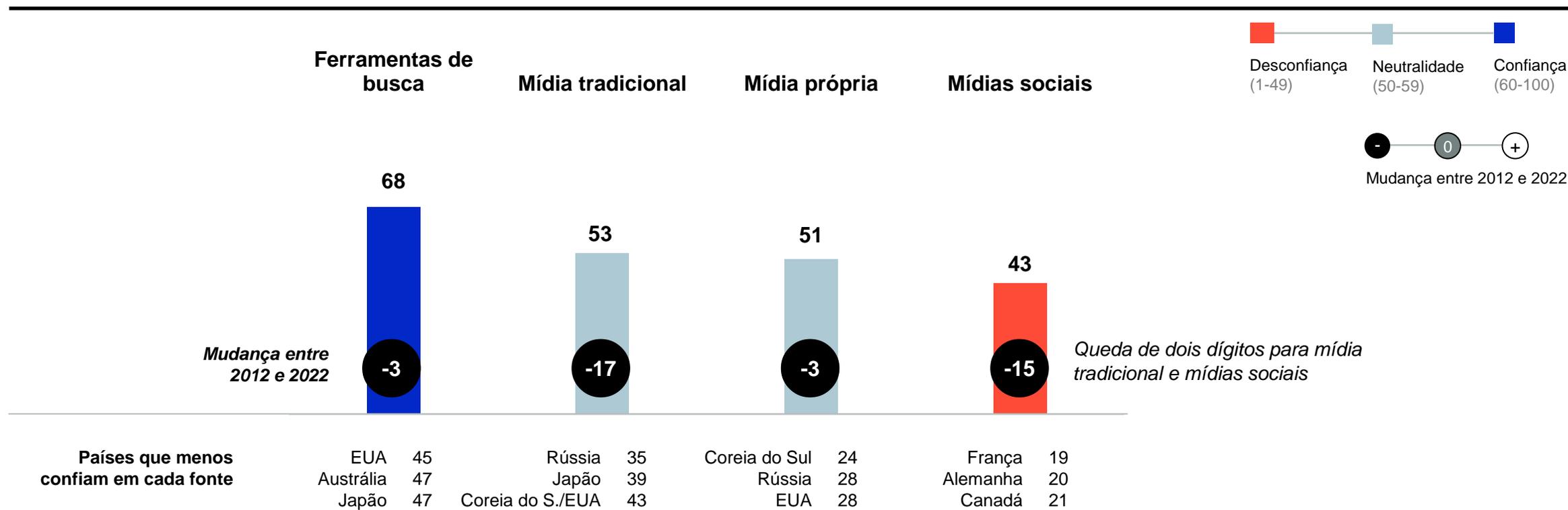
29

50

ONGs

FONTES DE NOTÍCIAS NÃO CONSEGUEM RESOLVER SEU PROBLEMA DE CONFIABILIDADE

Porcentagem dos que confiam, no Brasil



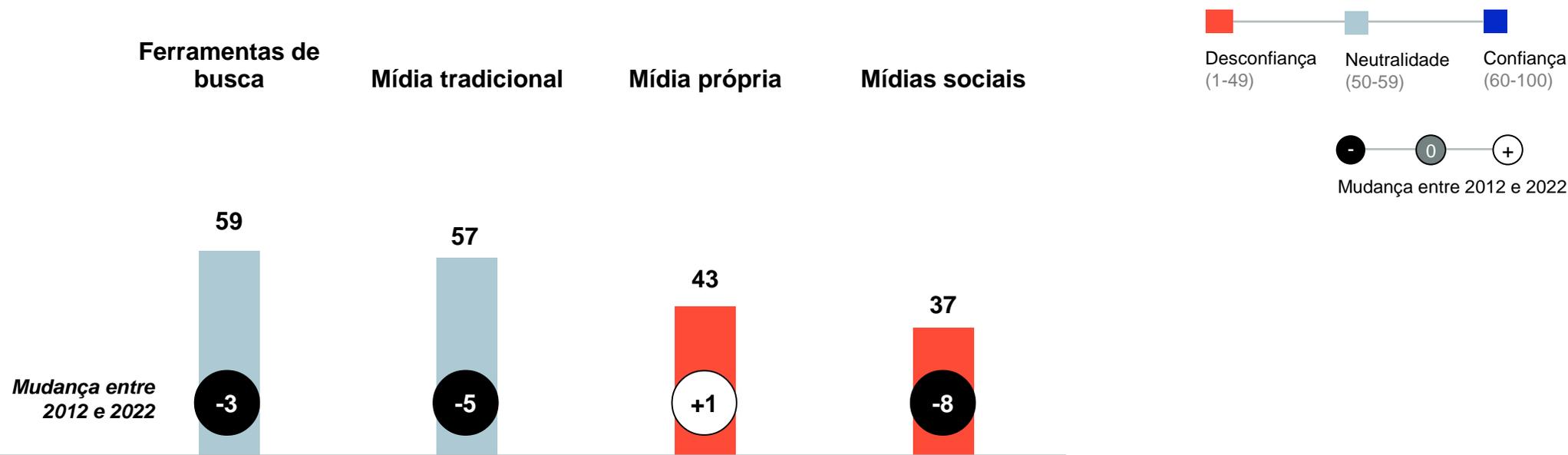
Edelman Trust Barometer 2022. COM_MCL. Ao buscar notícias e informações em geral, o quanto você confia em cada tipo de fonte de notícias e informações em geral? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, Brasil.

*De 2012 a 2015, "Ferramentas de busca on-line" foram incluídas como tipo de mídia. Em 2016, este item foi alterado para "Ferramentas de busca".

FONTES DE NOTÍCIAS NÃO CONSEGUEM RESOLVER SEU PROBLEMA DE CONFIABILIDADE

Porcentagem dos que confiam

Global 22



Países que menos confiam em cada fonte

EUA	45	Rússia	35	Coreia do Sul	24	França	19
Austrália	47	Japão	39	Rússia	28	Alemanha	20
Japão	47	Coreia do S./EUA	43	EUA	28	Canadá	21

Edelman Trust Barometer 2022. COM_MCL. Ao buscar notícias e informações em geral, o quanto você confia em cada tipo de fonte de notícias e informações em geral? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, média de 22 países.

*De 2012 a 2015, "Ferramentas de busca on-line" foram incluídas como tipo de mídia. Em 2016, este item foi alterado para "Ferramentas de busca".

PREOCUPAÇÃO COM NOTÍCIAS FALSAS BATE RECORDES

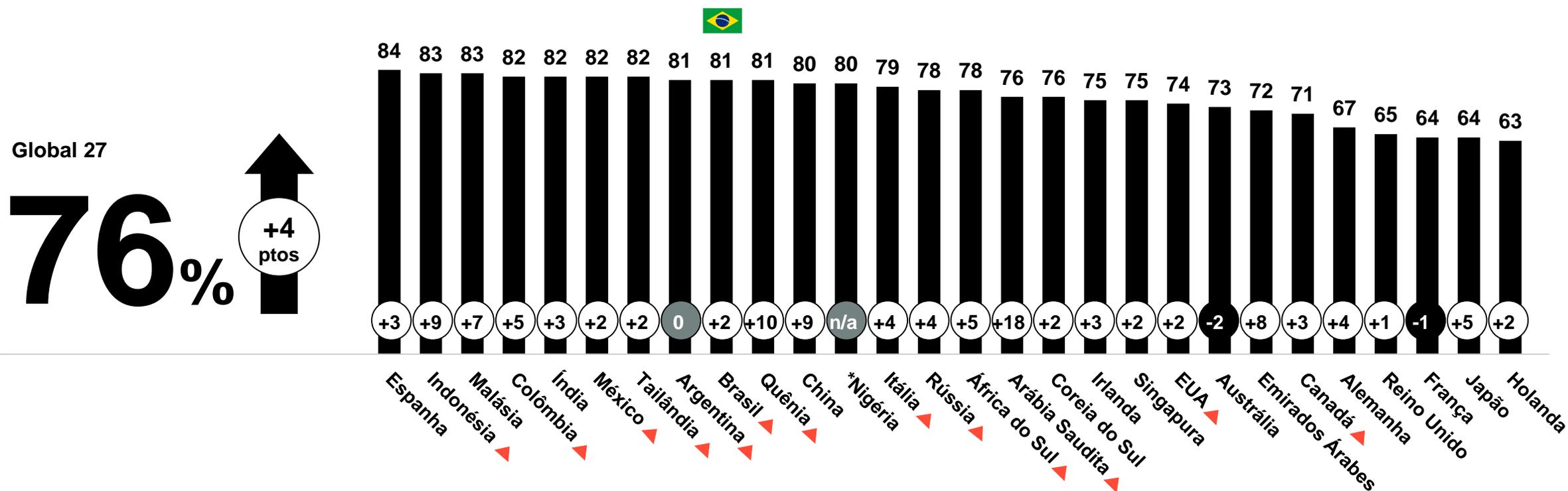
Porcentagem dos que concordam



Mudança entre 2021 e 2022

▲ Recorde histórico em 13 de 27 países

Eu me preocupo que **informações ou notícias falsas** sejam usadas como arma

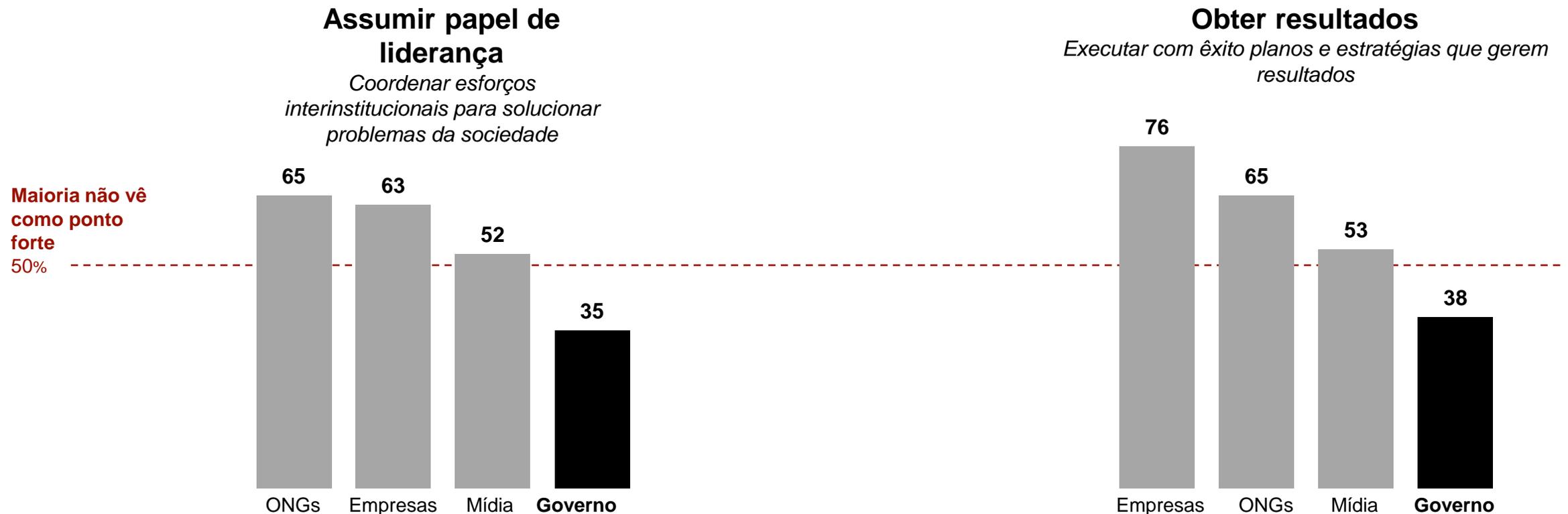


Edelman Trust Barometer 2022. ATT_MED_AGR. Segue abaixo uma lista de afirmações. Classifique o quanto você concorda ou discorda de cada afirmação usando uma escala de nove pontos, em que 1 significa "discordo fortemente" e 9 significa "concordo fortemente". Escala de 9 pontos; 4 primeiros, concordo. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, média de 27 países.

*Nigéria não incluída na média global.

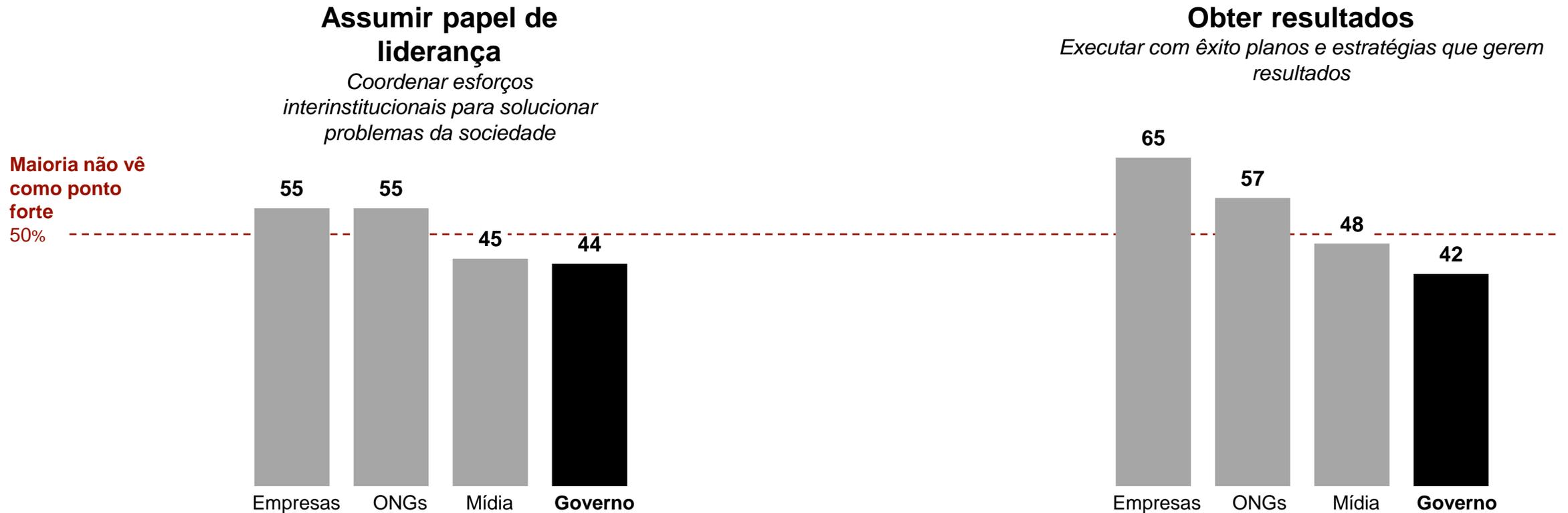
GOVERNO NÃO É VISTO COMO CAPAZ DE SOLUCIONAR OS PROBLEMAS DA SOCIEDADE

Porcentagem dos que afirmam que cada dimensão é um ponto forte das instituições, no Brasil



GOVERNO NÃO É VISTO COMO CAPAZ DE SOLUCIONAR OS PROBLEMAS DA SOCIEDADE

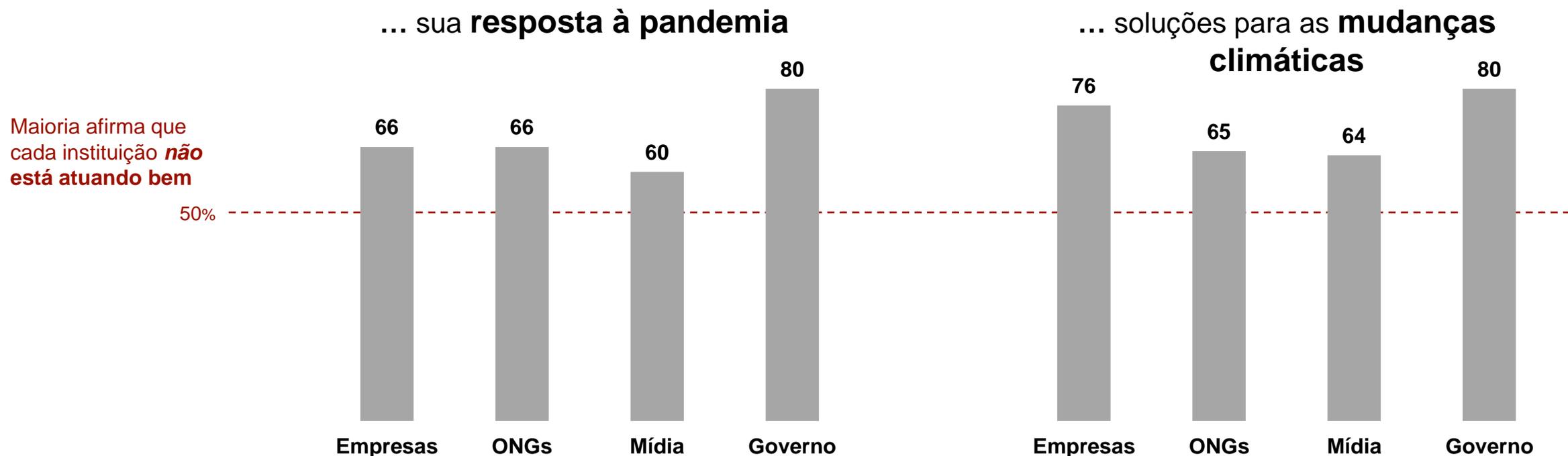
Porcentagem dos que afirmam que cada dimensão é um ponto forte das instituições



MAIO DE 2021: INSTITUIÇÕES FALHAM NO ENFRENTAMENTO DOS DESAFIOS EXISTENCIAIS

Porcentagem dos que afirmam, no Brasil

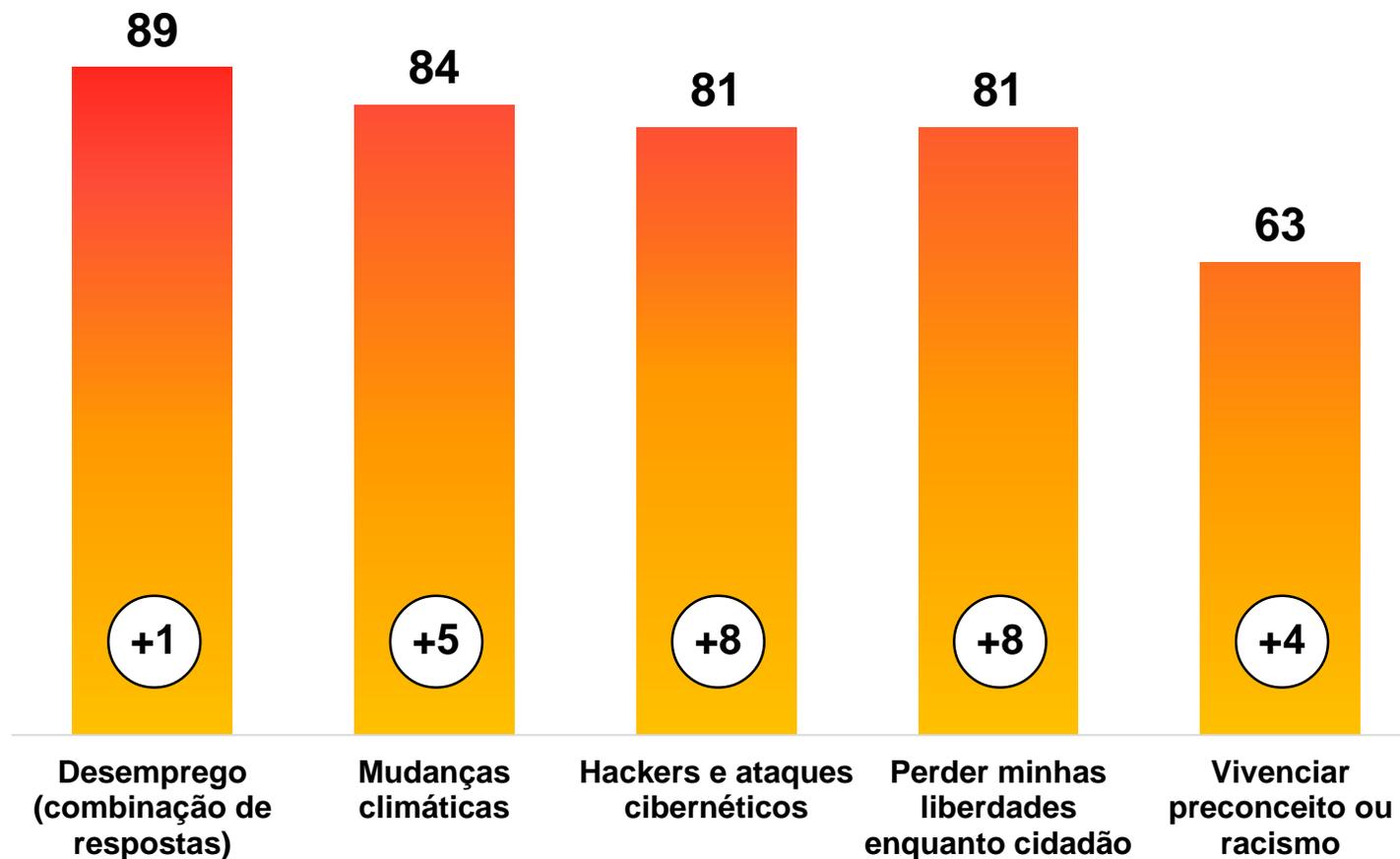
As instituições não estão indo bem em...



MEDOS EM ALTA NA SOCIEDADE

Porcentagem dos que se preocupam com cada item, no Brasil

● 0 ●
Mudança entre 2021 e 2022

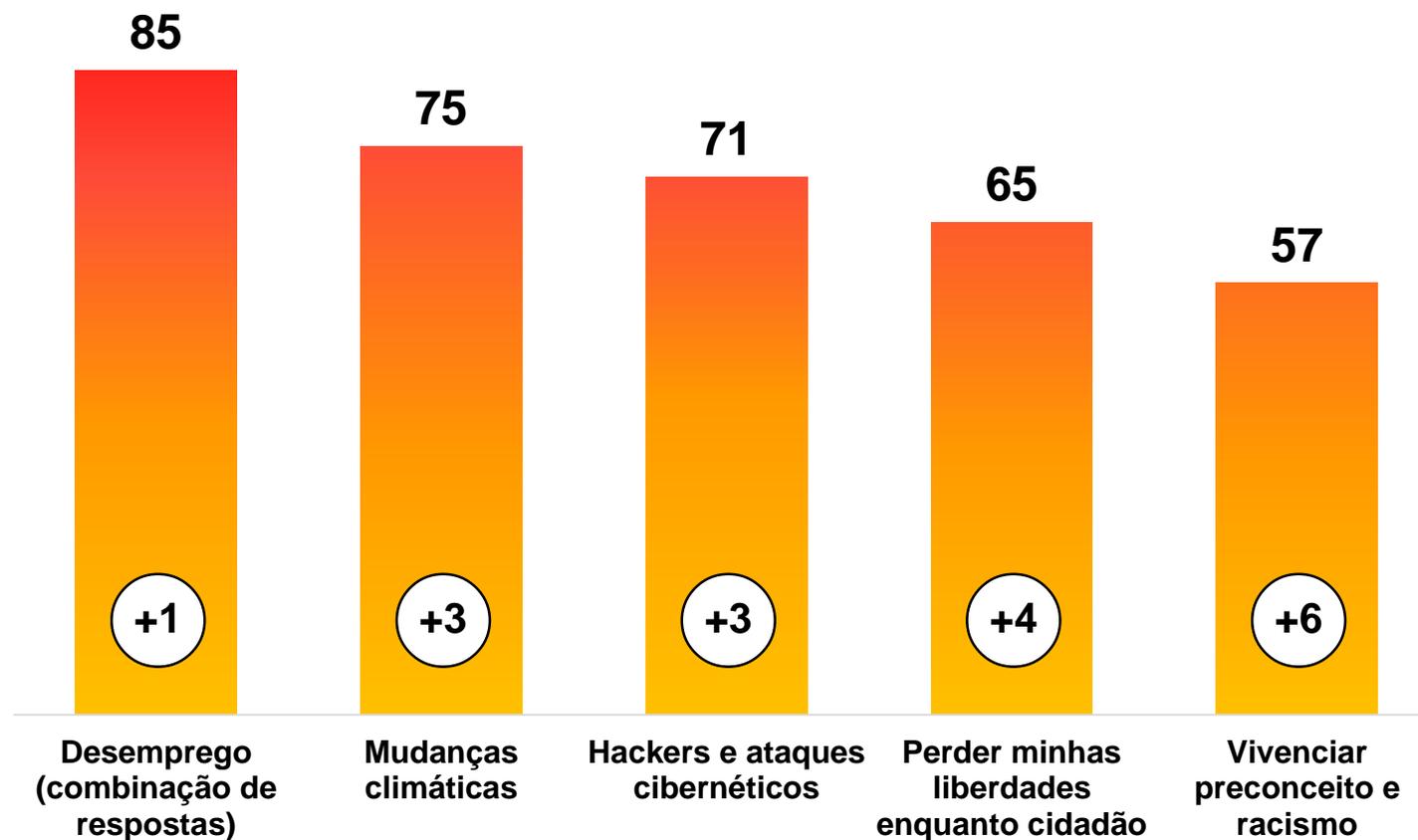


Edelman Trust Barometer 2022. POP_EMO. Algumas pessoas dizem estar preocupadas com muitas coisas, enquanto outras dizem ter poucas preocupações. Queremos saber o que preocupa você. Especificamente, quanto você se preocupa com cada item a seguir? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, me preocupo. Atributos não relativos a desemprego mostrados a metade da amostra. Público total, Brasil. Desemprego mostrado aos que são empregados de uma organização (Q43/1). Desemprego é a combinação dos atributos 1-3, 5 e 22-24.

MEDOS EM ALTA NA SOCIEDADE

Porcentagem dos que se preocupam com...

● — 0 — ●
Mudança entre 2021 e 2022



Edelman Trust Barometer 2022. POP_EMO. Algumas pessoas dizem estar preocupadas com muitas coisas, enquanto outras dizem ter poucas preocupações. Queremos saber o que preocupa você. Especificamente, quanto você se preocupa com cada item a seguir? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, me preocupo. Atributos não relativos a desemprego mostrados a metade da amostra. Público total, média de 27 países. Desemprego mostrado aos que são empregados de uma organização (Q43/1). Desemprego é a combinação dos atributos 1-3, 5 e 22-24.

CÍRCULO DA DESCONFIANÇA AMEAÇA ESTABILIDADE DA SOCIEDADE

Governo e mídia alimentam o ciclo de polarização e desinformação a fim de ganhar votos e cliques

ONGs e empresas são pressionadas a assumir problemas da sociedade que vão além de sua capacidade





FALTA DE LIDERANÇA FAZ A DESCONFIANÇA SER O PADRÃO

BETRAYED
BY MY
GOVERNMENT

BETRAYED
BY MY
GOVERNMENT

BETRAYED
BY MY
GOVERNMENT

BETRAYED

Crime of the
century
Failure to act
on climate

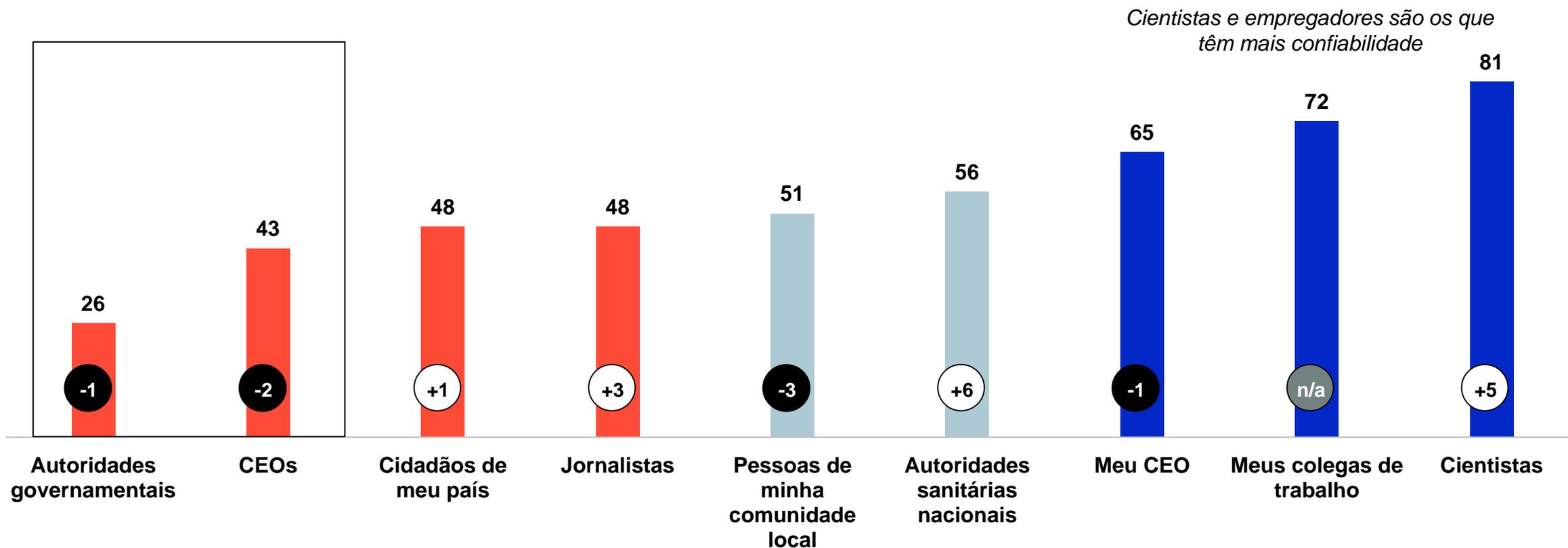
BETRAYED

GO

RA
ROU

LÍDERES DA SOCIEDADE GERAM DESCONFIANÇA

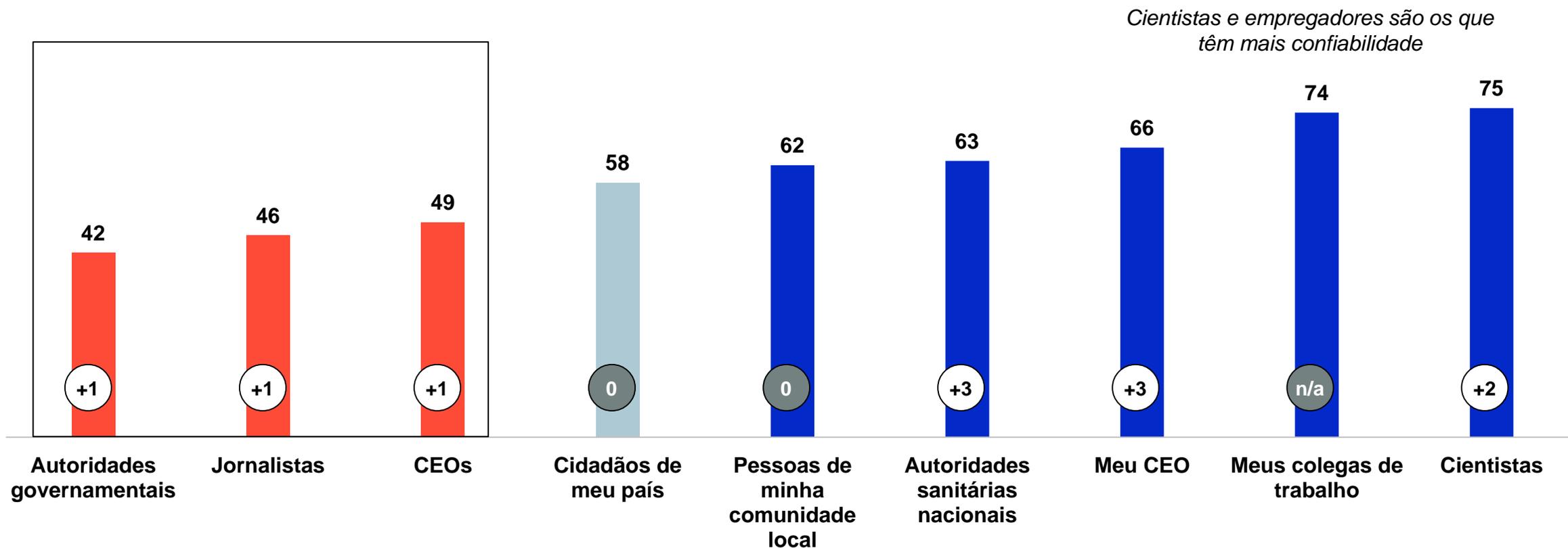
Porcentagem dos que confiam, no Brasil



Edelman Trust Barometer 2022. TRU_PEP. Segue uma lista de grupos de pessoas. Em cada um, indique o quanto você confia que esse grupo de pessoas atue corretamente, usando uma escala de 9 pontos, em que 1 significa que você “não confia de modo algum” e 9 significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Alguns atributos foram mostrados a metade da amostra. Público total, Brasil. “Meus colegas de trabalho” e “meu CEO” mostrados apenas para aqueles que são empregados de uma organização (Q43/1).

LÍDERES DA SOCIEDADE GERAM DESCONFIANÇA

Porcentagem dos que confiam



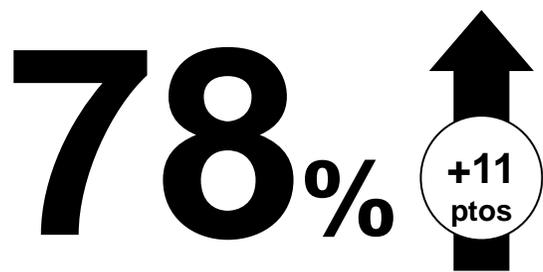
Edelman Trust Barometer 2022. TRU_PEP. Segue uma lista de grupos de pessoas. Em cada um, indique o quanto você confia que esse grupo de pessoas atue corretamente, usando uma escala de 9 pontos, em que 1 significa que você “não confia de modo algum” e 9 significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Alguns atributos foram mostrados a metade da amostra. Público total, média de 27 países. “Meus colegas de trabalho” e “meu CEO” mostrados apenas para aqueles que são empregados de uma organização (Q43/1).

MAIS PESSOAS ESTÃO CONVENCIDAS DE QUE LÍDERES DA SOCIEDADE ESTÃO MENTINDO

Porcentagem dos que estão preocupados, no Brasil



Mudança entre 2021 e 2022



**Autoridades governamentais
de meu país**



**Jornalistas e
repórteres**



Líderes empresariais

estão **tentando enganar as pessoas de propósito** dizendo coisas
que sabem ser falsas ou grosseiramente exageradas

MAIS PESSOAS ESTÃO CONVENCIDAS DE QUE LÍDERES DA SOCIEDADE ESTÃO MENTINDO

Porcentagem dos que estão preocupados


Mudança entre 2021 e 2022



Jornalistas
e repórteres



Autoridades governamentais
de meu país

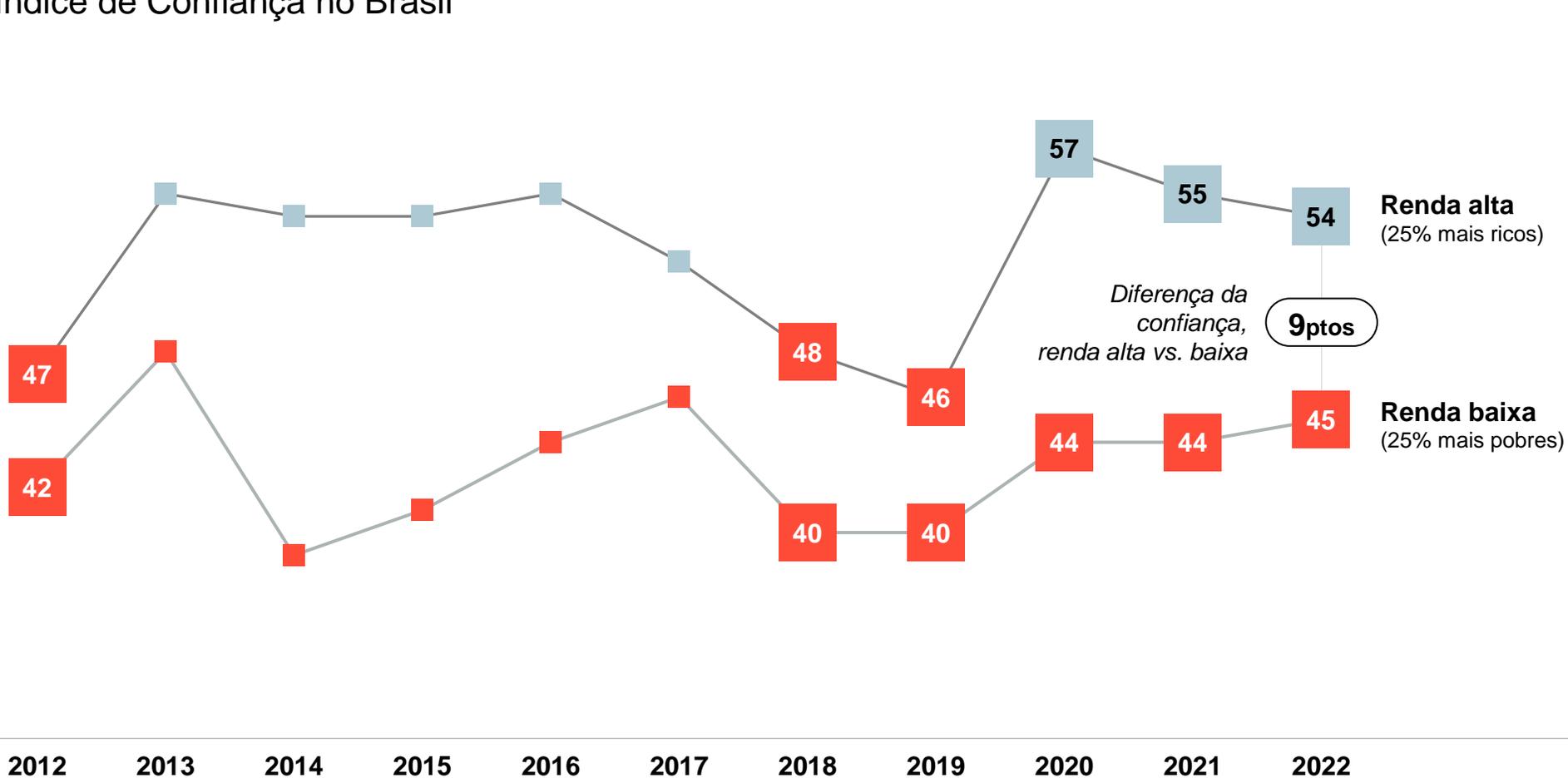


Líderes empresariais

estão **tentando enganar as pessoas de propósito** dizendo coisas que sabem ser falsas ou grosseiramente exageradas

PERSISTE A DIFERENÇA NA CONFIANÇA DAS RENDAS ALTA E BAIXA

Índice de Confiança no Brasil



■ Desconfiança (1-49)
 ■ Neutralidade (50-59)
 ■ Confiança (60-100)

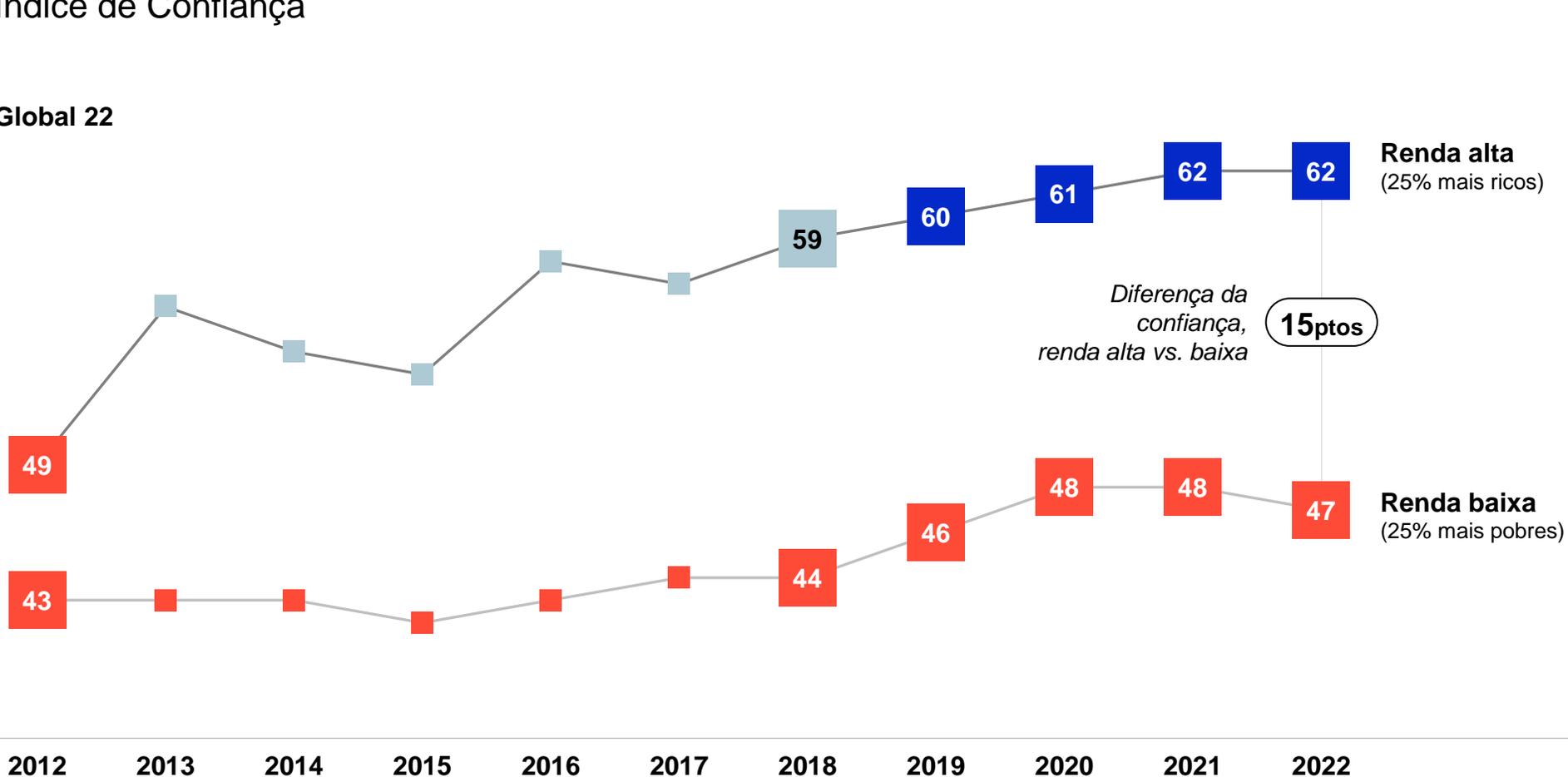
Países com as maiores diferenças na confiança de acordo com a renda

Tailândia	36pts
Arábia Saudita	27pts
Reino Unido	25pts
Irlanda	23pts
Alemanha	21pts
Holanda	21pts

DIFERENÇA RECORDE NA CONFIANÇA DAS RENDAS ALTA E BAIXA

Índice de Confiança

Global 22



Países com as maiores diferenças na confiança de acordo com a renda

Tailândia	36ptos
Arábia Saudita	27ptos
Reino Unido	25ptos
Irlanda	23ptos
Alemanha	21ptos
Holanda	21ptos

CÍRCULOS DE CONFIANÇA FICAM MAIS RESTRITOS NO BRASIL

Porcentagem dos que afirmam que cada item diminuiu ou aumentou durante a pandemia, no Brasil

▼ MENOS CONFIANÇA EM QUEM É DE FORA

Minha confiança em...	Resultado	<i>aumentou</i>	<i>diminuiu</i>
peças de outros países	-11	15	26
peças que moram em outros estados, províncias ou regiões	-9	14	23

▶ VÍNCULO MAIOR COM COLEGAS DE TRABALHO; MENOS CONFIANÇA EM VIZINHOS

Proximidade que sinto com...	Resultado	<i>aumentou</i>	<i>diminuiu</i>
meus colegas de trabalho	+7	33	26
meus vizinhos	-10	23	33

CÍRCULOS DE CONFIANÇA TORNAM-SE MAIS LOCALIZADOS

Porcentagem dos que afirmam que cada item diminuiu ou aumentou durante a pandemia

▼ MENOS CONFIANÇA EM QUEM É DE FORA

Minha confiança em...	Resultado	<i>aumentou</i>	<i>diminuiu</i>
peças de outros países	-8	18	26
peças que moram em outros estados, províncias ou regiões	-2	20	22

▲ VÍNCULO MAIOR COM COLEGAS DE TRABALHO E VIZINHOS

Proximidade que sinto com...	Resultado	<i>aumentou</i>	<i>diminuiu</i>
meus colegas de trabalho	+12	32	20
meus vizinhos	+7	28	21

DESCONFIANÇA É A NORMA: NÃO HÁ CONDIÇÕES PARA DEBATE PACÍFICO

Em que você tende mais a acreditar?

72% Minha tendência é desconfiar até que haja evidências de que algo tem credibilidade

contra

Minha tendência é confiar até que haja evidências de que algo não tem credibilidade

Porcentagem dos que concordam

As pessoas neste país **não são capazes de estabelecer debates construtivos e civilizados** em torno de questões sobre as quais discordam

76%

DESCONFIANÇA É A NORMA: NÃO HÁ CONDIÇÕES PARA DEBATE PACÍFICO

Maioria em 24 países

Em que você tende mais a acreditar?

59%

Minha tendência é desconfiar até que haja evidências de que algo tem credibilidade

contra _____

Minha tendência é confiar até que haja evidências de que algo não tem credibilidade

Maioria em 27 países

Porcentagem dos que concordam

As pessoas neste país **não são capazes de estabelecer debates construtivos e civilizados** em torno de questões sobre as quais discordam

64%

Edelman Trust Barometer 2022. TRU_CHOICE. Você está prestes a ver duas opções. Queremos que escolha a que melhor descreve você e suas convicções. Pergunta feita a metade da amostra. POP_MDC. Segue uma lista de afirmações. Classifique quão verdadeira você acha que cada afirmação é, usando uma escala de nove pontos, em que 1 significa que “não é verdadeira de forma alguma” e 9 significa que “é completamente verdadeira”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, verdadeira. Pergunta feita a metade da amostra. População total, média de 27 países.



COLAPSO DA CONFIANÇA NOS PAÍSES DEMOCRÁTICOS

CONFIANÇA CAI EM PAÍSES DEMOCRÁTICOS

Índice de Confiança



Edelman Trust Barometer 2022. O Índice de Confiança é a média da porcentagem de confiança em ONGs, empresas, governo e mídia. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atue corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 27 países.

▲ 2021 Público total

56	Global 27
77	Índia
72	China
72	Indonésia
69	Arábia Saudita
68	Singapura
67	Emirados Árabes
66	Malásia
63	Holanda
61	Tailândia
59	Austrália
59	Quênia
59	México
56	Canadá
53	Alemanha
52	Itália
51	Brasil
50	Irlanda
48	Colômbia
48	França
48	África do Sul
48	EUA
47	Argentina
47	Coreia do Sul
45	Espanha
45	Reino Unido
40	Japão
31	Rússia

▲ 2022 Público total

56	Global 27
83	China
76	Emirados Árabes
75	Indonésia
74	Índia
72	Arábia Saudita
66	Malásia
66	Singapura
66	Tailândia
60	Quênia
59	México
57	Holanda
54	Canadá
53	Austrália
53	Itália
51	Brasil
51	Irlanda
50	França
48	Colômbia
48	África do Sul
46	Alemanha
45	Argentina
45	Espanha
44	Reino Unido
43	EUA
42	Coreia do Sul
40	Japão
32	Rússia

○ - ○ 0 ○ +
Mudança entre 2021 e 2022

Os que ganharam mais:

China	+11
Emirados Árabes	+9
Tailândia	+5

Os que perderam mais:

Alemanha	-7
Austrália	-6
Holanda	-6
Coreia do Sul	-5
EUA	-5

----- Índice de Confiança dos EUA **caiu 10 pontos desde 2017**

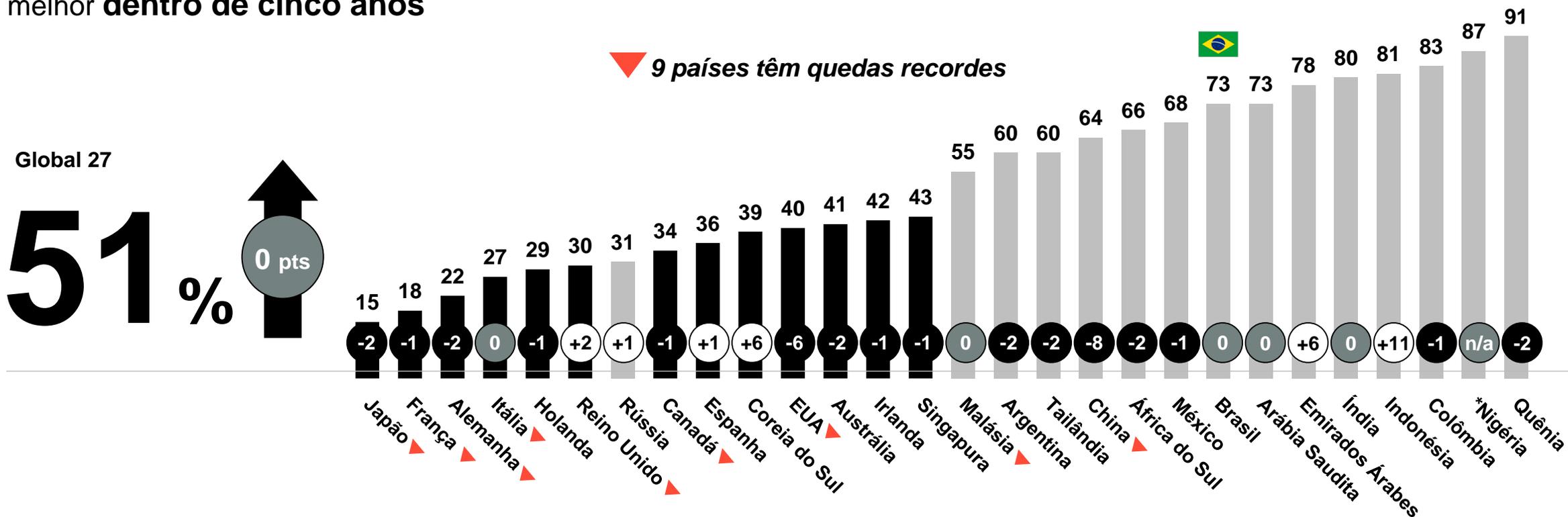
PAÍSES DESENVOLVIDOS NÃO ESTÃO OTIMISTAS COM A ECONOMIA

Porcentagem dos que acreditam que eles e suas famílias estarão melhor dentro de cinco anos

■ Países desenvolvidos

● 0 Mudança entre 2021 e 2022

Minha família e eu estaremos melhor **dentro de cinco anos**



QUESTIONAMENTOS SOBRE O CAPITALISMO ATUAL

Porcentagem dos que concordam, no Brasil

O **capitalismo** da forma como é hoje
faz mais mal do que bem no mundo

49%

**Economias administradas de forma
centralizada se saem melhor** do que
economias de livre mercado

29%



QUESTIONAMENTOS SOBRE O CAPITALISMO ATUAL

Porcentagem dos que concordam

Global 27

O **capitalismo** da forma como é hoje
faz mais mal do que bem no mundo

52%

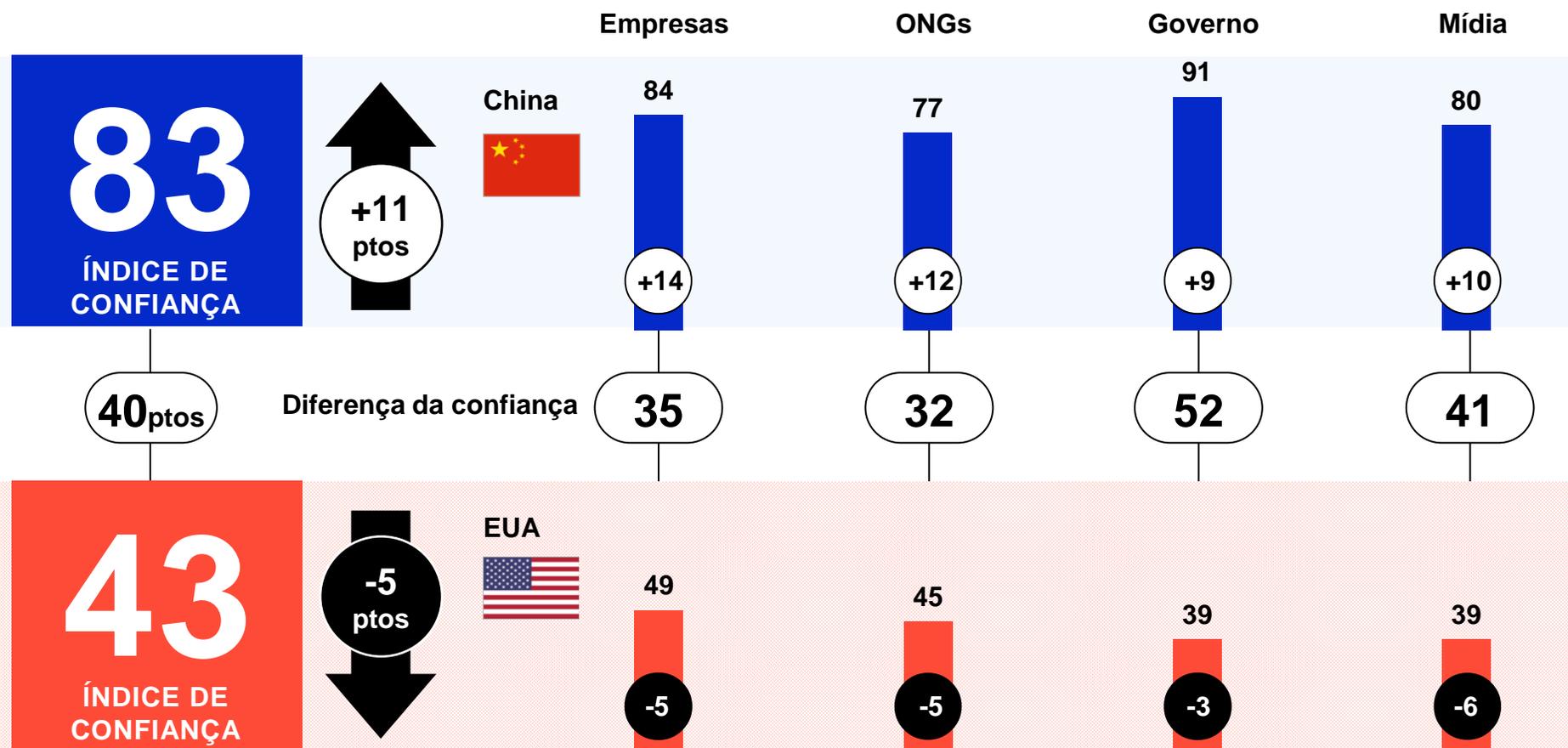
Dos entrevistados em 21 países democráticos

**Economias administradas de forma
centralizada se saem melhor** do que
economias de livre mercado

33%

CHINA E EUA MAIS DISTANTES DO QUE NUNCA EM TERMOS DE CONFIANÇA

Porcentagem dos que confiam, em cada país



“MARCA CHINA” E “MARCA EUA” DIVERGEM EM TERMOS DE CONFIABILIDADE NO EXTERIOR

Porcentagem dos que confiam, médias de 26 países*

31% confiam em companhias sediadas na China (-3ptos)

53% confiam em companhias sediadas nos EUA (+2ptos)

Edelman Trust Barometer 2022. O Índice de Confiança é a média da porcentagem de confiança em ONGs, empresas, governo e mídia. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atue corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, China e EUA. TRU_NAT. Agora, gostaríamos de focar companhias globais sediadas em países específicos. Indique o quanto você confia que empresas globais sediadas nos seguintes países atuem corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, média de 26 países. *Dado não inclui a classificação do próprio país.



**LIDERANÇA SOCIAL É FUNÇÃO
CENTRAL DAS EMPRESAS**

TODOS OS *STAKEHOLDERS* COBRAM RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS

Porcentagem dos que concordam

No Brasil

63%

Compram ou defendem marcas
com base em seus valores e crenças

58%

Escolhem um lugar para trabalhar
com base em seus valores e crenças

60%

Investem
com base em seus valores e crenças

88%

dos **investidores institucionais** sujeitam o ESG ao mesmo escrutínio aplicado em suas análises operacionais e financeiras

Global 7

Fonte: Relatório Especial Edelman Trust Barometer 2021: Investidores Institucionais

Edelman Trust Barometer 2022. Segmentos de consumidor, empregado e investidor motivados por convicção. Público total, Brasil. Dado sobre empregados foram filtrados para corresponder aos empregados de uma organização (Q43/1). Dado sobre investidores corresponde apenas àqueles que vendem ações, títulos ou fundos mútuos de forma independente ou com apoio do empregador (INVESTIDOR/1). Consulte o Apêndice Técnico para uma explicação completa sobre como consumidores, empregados e investidores motivados por convicção foram mensurados.

Relatório Especial Edelman Trust Barometer 2021: Investidores Institucionais. Q7. Classifique o quanto você concorda ou discorda das seguintes afirmações sobre ativismo de acionistas. Escala de 4 pontos; 2 primeiros, concordo. Média de 7 países.



TODOS OS *STAKEHOLDERS* COBRAM RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS

Porcentagem dos que concordam

Global 27

58%

Compram ou defendem marcas
com base em seus valores e crenças

60%

Escolhem um lugar para trabalhar
com base em seus valores e crenças

64%

Investem
com base em seus valores e crenças

88%

dos **investidores institucionais** sujeitam o ESG ao mesmo escrutínio aplicado em suas análises operacionais e financeiras

Global 7

Fonte: Relatório Especial Edelman Trust Barometer 2021: Investidores Institucionais

Edelman Trust Barometer 2022. Segmentos de consumidor, empregado e investidor motivados por convicção. Público total, média de 27 países. Dado sobre empregados foram filtrados para corresponder aos empregados de uma organização (Q43/1). Dado sobre investidores corresponde apenas àqueles que vendem ações, títulos ou fundos mútuos de forma independente ou com apoio do empregador (INVESTIDOR/1). Consulte o Apêndice Técnico para uma explicação completa sobre como consumidores, empregados e investidores motivados por convicção foram mensurados.

Relatório Especial Edelman Trust Barometer 2021: Investidores Institucionais. Q7. Classifique o quanto você concorda ou discorda das seguintes afirmações sobre ativismo de acionistas. Escala de 4 pontos; 2 primeiros, concordo. Média de 7 países.

"MEU EMPREGADOR" TEM CONFIANÇA NO MUNDO INTEIRO

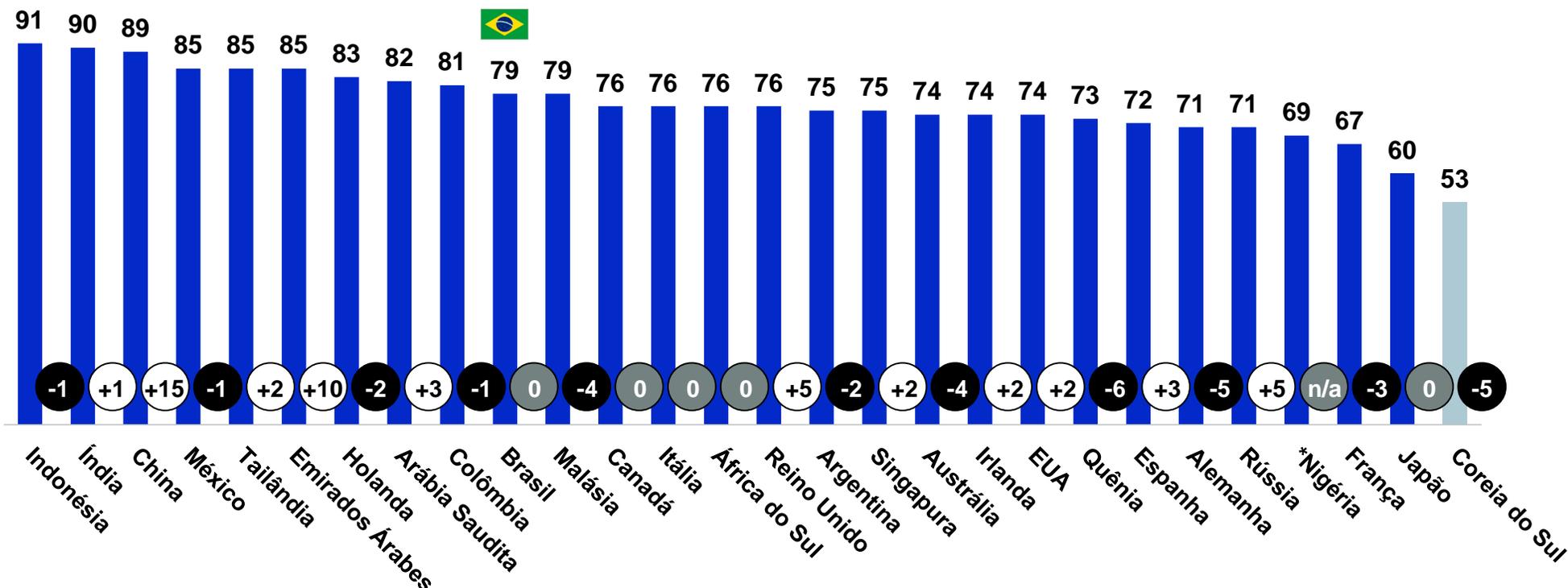
Porcentagem dos que confiam



Brasil



Empresas	64
ONGs	60
Mídia	47
Governo	34



MÍDIA DO “MEU EMPREGADOR” TEM A MAIOR CREDIBILIDADE

Porcentagem dos que acreditam automaticamente em informações de cada fonte, ou após vê-las duas ou menos vezes, no Brasil

Comunicação de...

Meu empregador

Publicidade

Grandes corporações

Reportagens jornalísticas, com indicação da fonte

Governo nacional

Reportagens jornalísticas, com fonte anônima

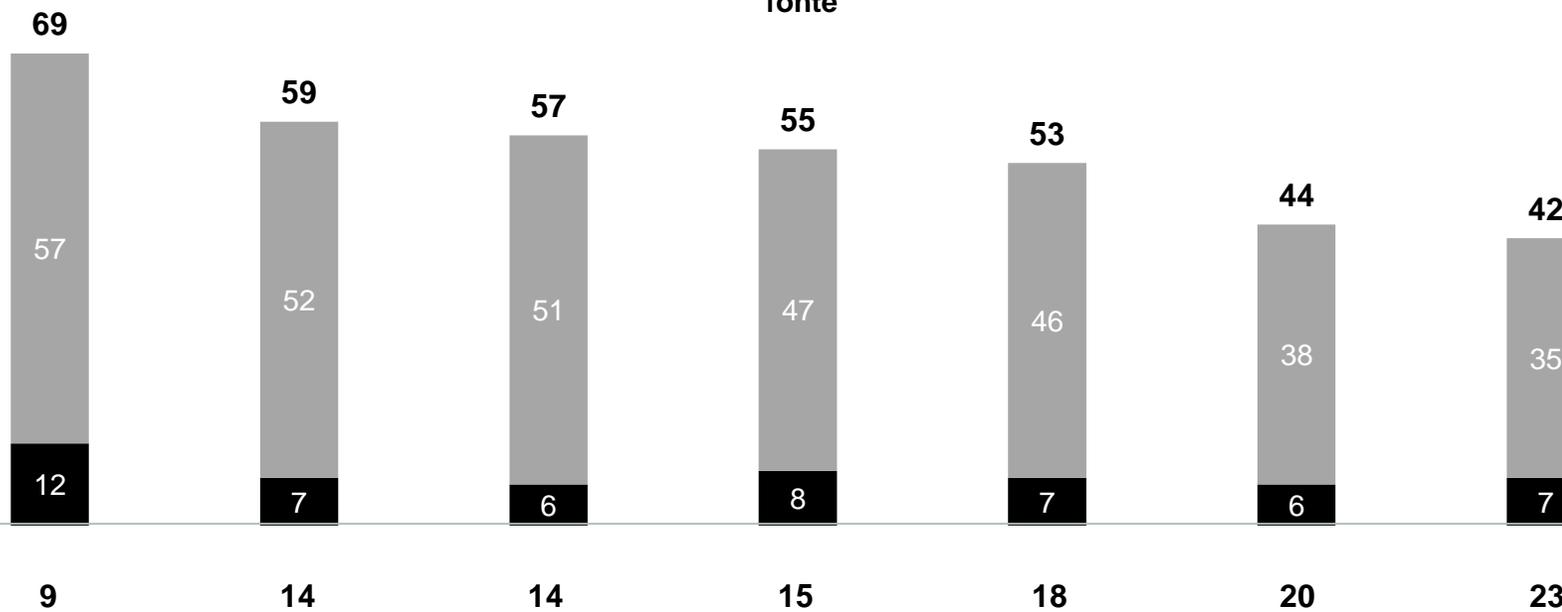
Feed das minhas redes sociais

Número de vezes que precisam ver a informação sendo repetida até acreditar nela:

■ Uma ou duas vezes

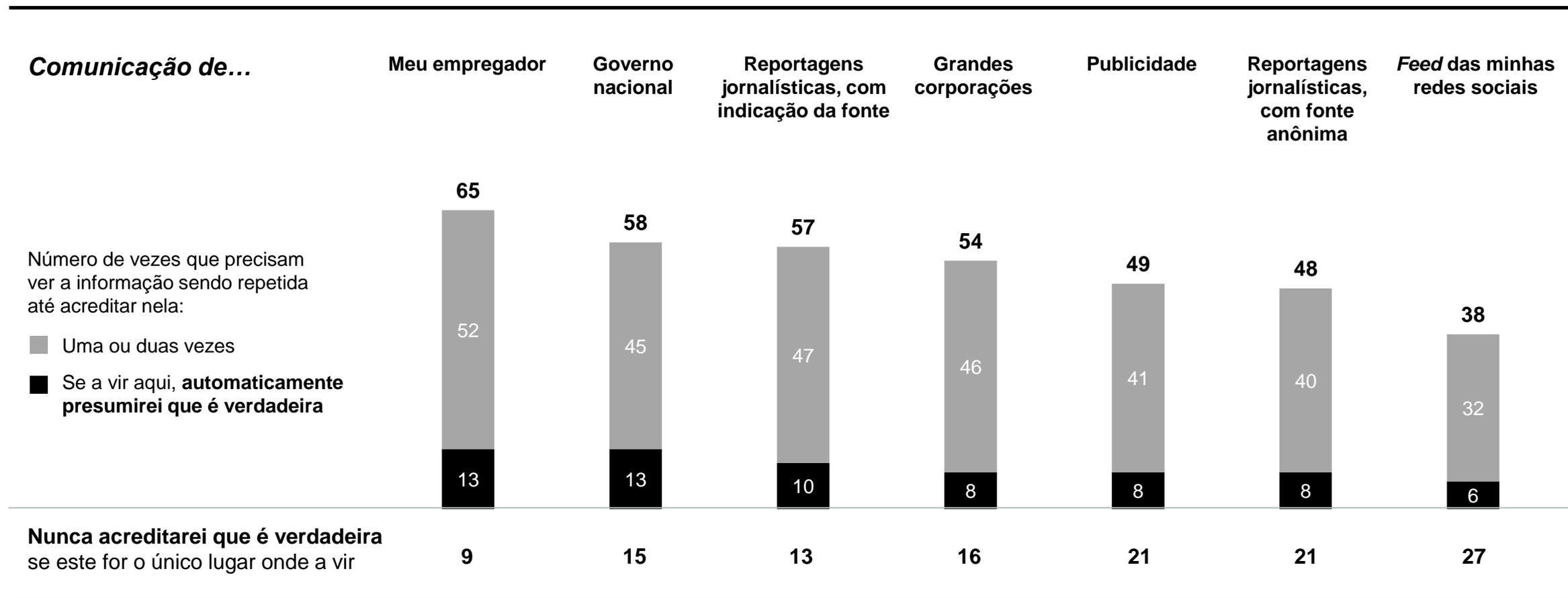
■ Se a vir aqui, **automaticamente presumirei que é verdadeira**

Nunca acreditarei que é verdadeira se este for o único lugar onde a vir



MÍDIA DO “MEU EMPREGADOR” TEM A MAIOR CREDIBILIDADE

Porcentagem dos que acreditam automaticamente em informações de cada fonte, ou após vê-las duas ou menos vezes



Edelman Trust Barometer 2022. HEAR_TIME1. Quando você vê uma nova informação ou matéria jornalística em cada uma das fontes de informação a seguir, quantas vezes você precisa vê-la ou ouvi-la sendo repetida nesse mesmo tipo de fonte de informação até acreditar que é realmente verdadeira? Pergunta feita a metade da amostra. "Uma ou duas vezes" é a soma dos códigos 2 e 3. Público total, média de 27 países. "Comunicação do empregador" mostrado apenas aos que são empregados de uma organização (Q43/1).

ESPERA-SE QUE CEOs DEEM UMA CARA À MUDANÇA

Porcentagem dos que afirmam, no Brasil

CEOs, pessoalmente, devem ter visibilidade

quando se discute sobre política pública com *stakeholders* externos ou sobre o trabalho que a companhia tem feito para beneficiar a sociedade

83%
(soma)

Ao considerar um emprego, espero que o CEO fale publicamente sobre **questões sociais e políticas controversas que são importantes para mim**

Entre os empregados

62%



Mudança entre
2019 e 2022

Edelman Trust Barometer 2022. CEO_VIS. Quão visível você acha que um CEO deve pessoalmente ser nesses diferentes tipos de situação da empresa? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, visível. Pergunta feita a metade da amostra. Os dados são a combinação dos atributos 2 e 10. EMP_IMP. Ao considerar uma organização como potencial empregadora, qual é a importância de cada um dos seguintes itens para você decidir se aceitaria ou não um emprego nela? Escala de 3 pontos; 2 primeiros, importante. Pergunta feita aos que são empregados de uma organização (Q43/1). Público total, Brasil.

ESPERA-SE QUE CEOs DEEM UMA CARA À MUDANÇA

Porcentagem dos que afirmam

CEOs, pessoalmente, devem ter visibilidade

quando se discute sobre política pública com *stakeholders* externos ou sobre o trabalho que a companhia tem feito para beneficiar a sociedade

Global 27

81 (soma)
%

Ao considerar um emprego, espero que o CEO fale publicamente sobre **questões sociais e políticas controversas que são importantes para mim**

Global 25
Entre os empregados

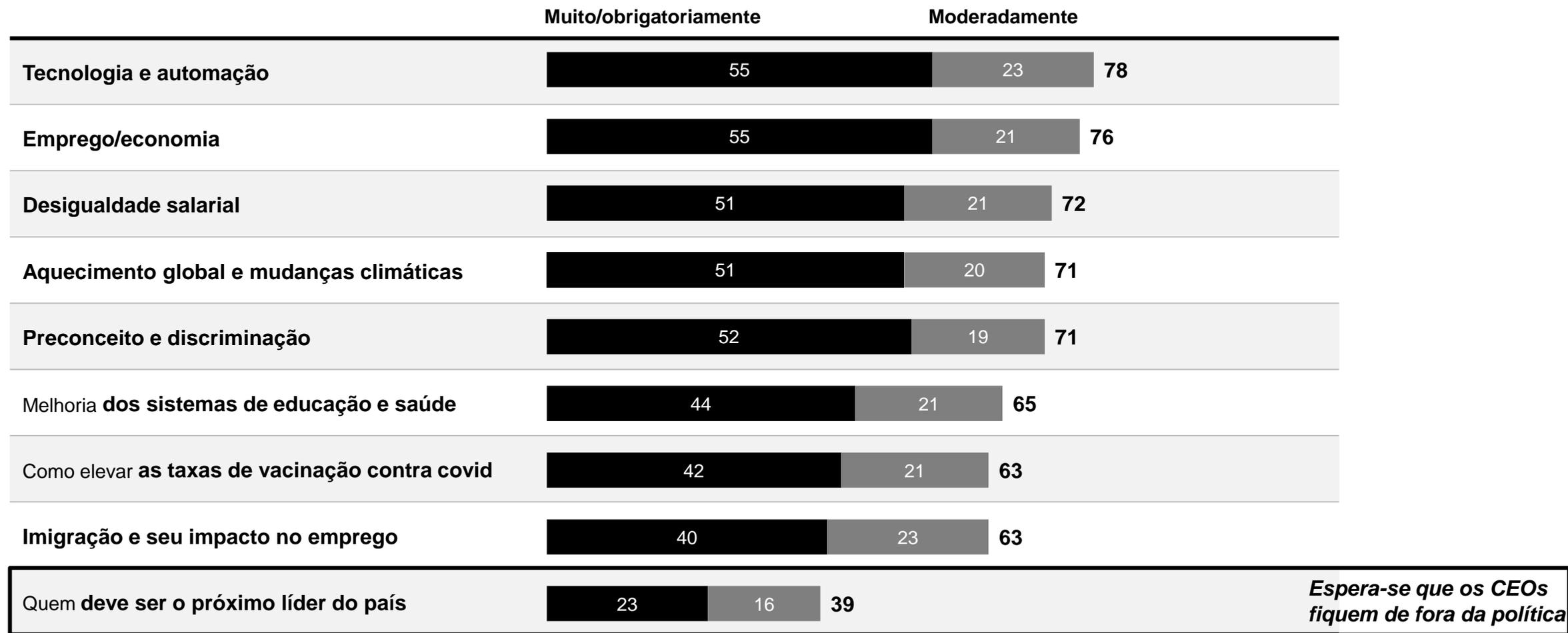
60
%

*Mudança entre
2019 e 2022*

Edelman Trust Barometer 2022. CEO_VIS. Quão visível você acha que um CEO deve pessoalmente ser nesses diferentes tipos de situação da empresa? Escala de 9 pontos; 4 primeiros, visível. Pergunta feita a metade da amostra. Os dados são a combinação dos atributos 2 e 10. Público total, média de 27 países. EMP_IMP. Ao considerar uma organização como potencial empregadora, qual é a importância de cada um dos seguintes itens para você decidir se aceitaria ou não um emprego nela? Escala de 3 pontos; 2 primeiros, importante. Pergunta feita aos que são empregados de uma organização (Q43/1). Público total, média de 25 países.

ESPERA-SE QUE CEOs INFLUENCIEM POLÍTICAS, NÃO A POLÍTICA

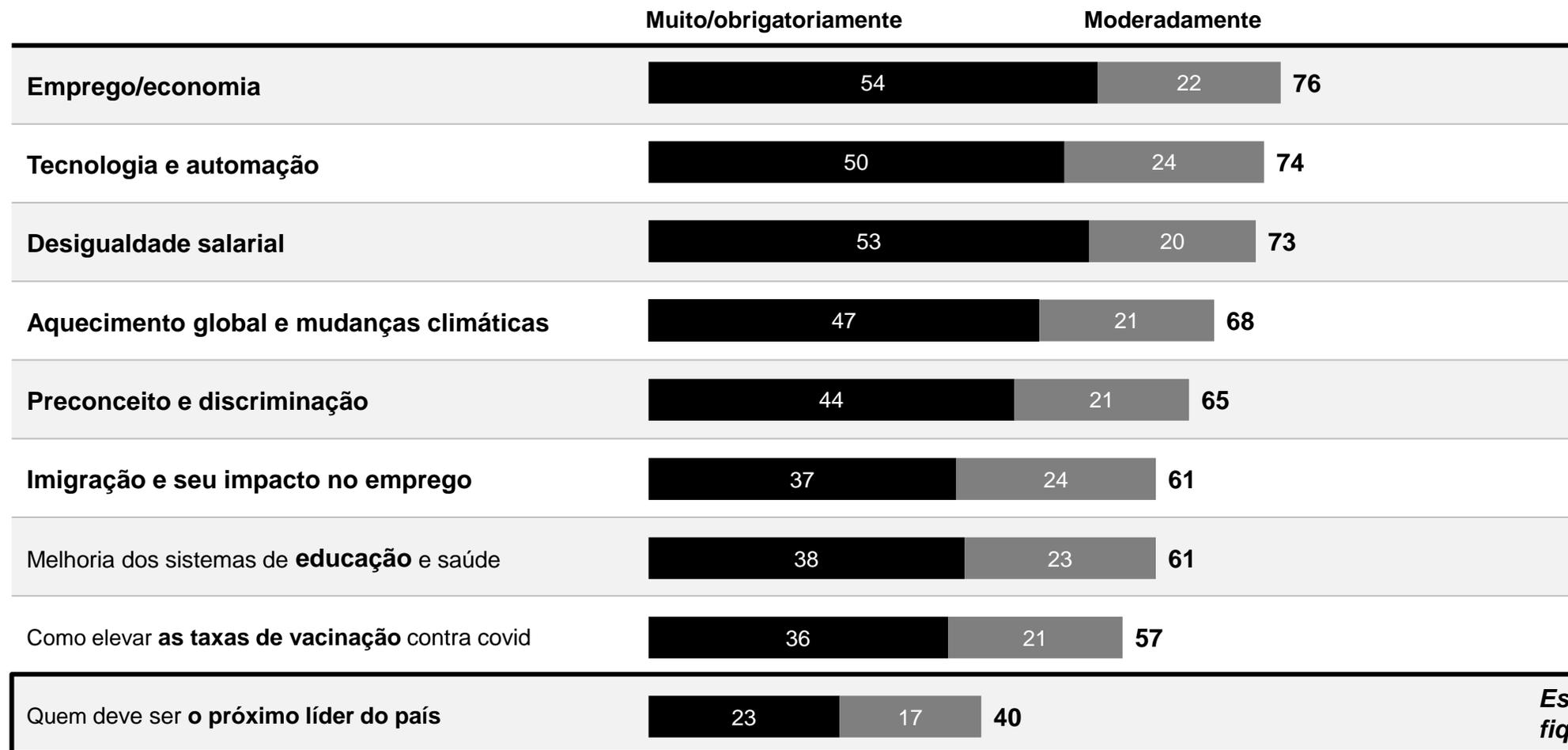
Porcentagem dos que esperam que CEOs fundamentem e moldem discussões e debates sobre políticas em relação a cada assunto, no Brasil



Edelman Trust Barometer 2022. CEO_RSP. Em cada um dos seguintes tópicos, indique o quanto os CEOs corporativos devem ser responsabilizados por diretamente ajudar a fundamentar e moldar as discussões atuais e os debates sobre políticas. Escala de 5 pontos; códigos 4-5, muito/obrigatoriamente; código 3, moderadamente. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, Brasil. "Melhorar a educação e a saúde" é uma média dos atributos 9 e 10. "Emprego/economia" é uma média dos atributos 11 e 12.

ESPERA-SE QUE CEOs INFLUENCIEM POLÍTICAS, NÃO A POLÍTICA

Porcentagem dos que esperam que CEOs fundamentem e moldem discussões e debates sobre políticas em relação a cada assunto



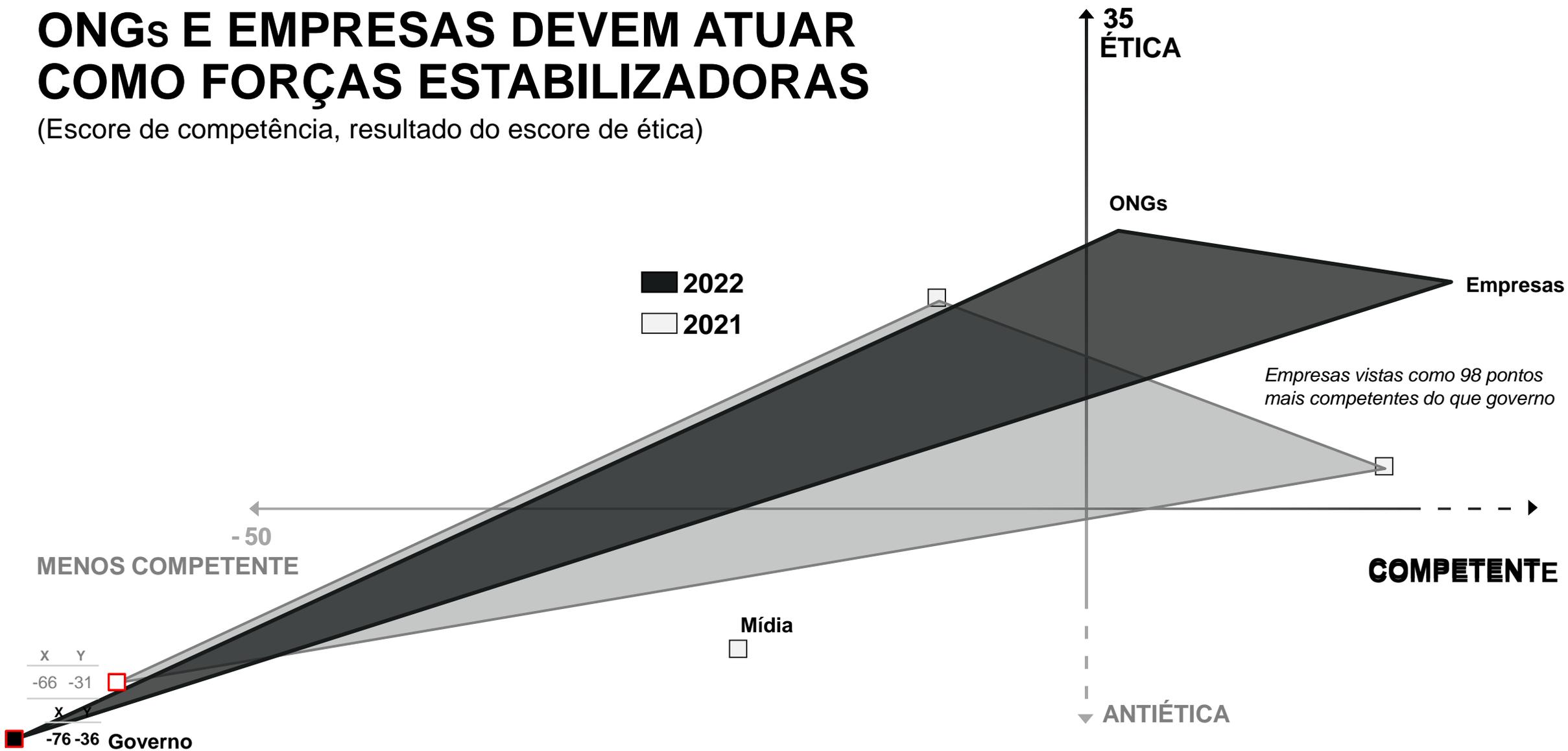
Edelman Trust Barometer 2022. CEO_RSP. Em cada um dos seguintes tópicos, indique o quanto os CEOs corporativos devem ser responsabilizados por diretamente ajudar a fundamentar e moldar as discussões atuais e os debates sobre políticas. Escala de 5 pontos; códigos 4-5, muito/obrigatoriamente; código 3, moderadamente. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, média de 27 países. “Melhorar a educação e a saúde” é uma média dos atributos 9 e 10. “Emprego/economia” é uma média dos atributos 11 e 12.



ROMPENDO O CÍRCULO DA DESCONFIANÇA

ONGs E EMPRESAS DEVEM ATUAR COMO FORÇAS ESTABILIZADORAS

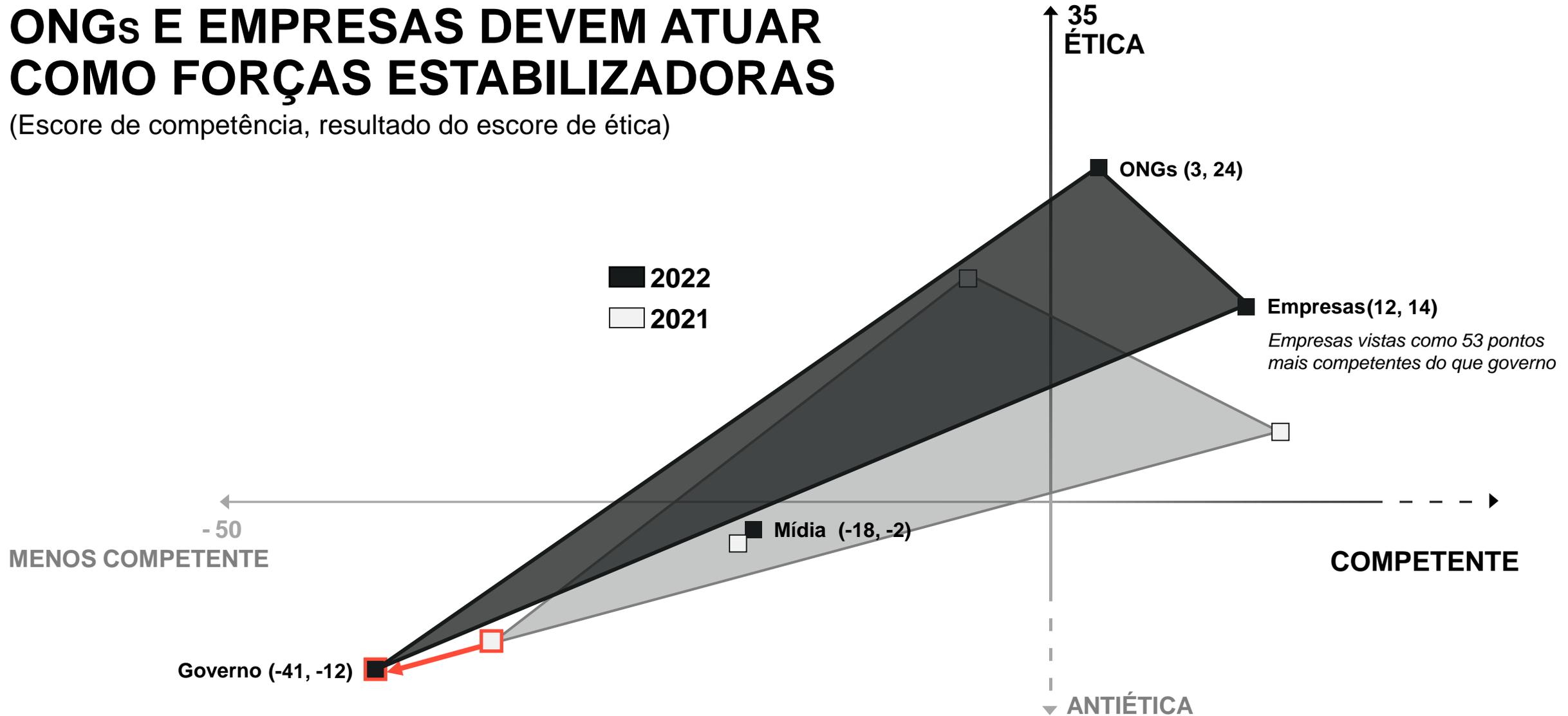
(Escore de competência, resultado do escore de ética)



Edelman Trust Barometer 2022. Os escores de ética são médias de resultados baseados em [INS]_PER_DIM/1-4. Pergunta feita a metade da amostra. O escore de competência é uma combinação baseada em TRU_3D_[INS]/1. Dependendo da pergunta, ela foi feita ao total ou à metade da amostra. Público total, Brasil. Para detalhes sobre como esses dados foram calculados e plotados, consulte o Apêndice Técnico.

ONGs E EMPRESAS DEVEM ATUAR COMO FORÇAS ESTABILIZADORAS

(Escore de competência, resultado do escore de ética)

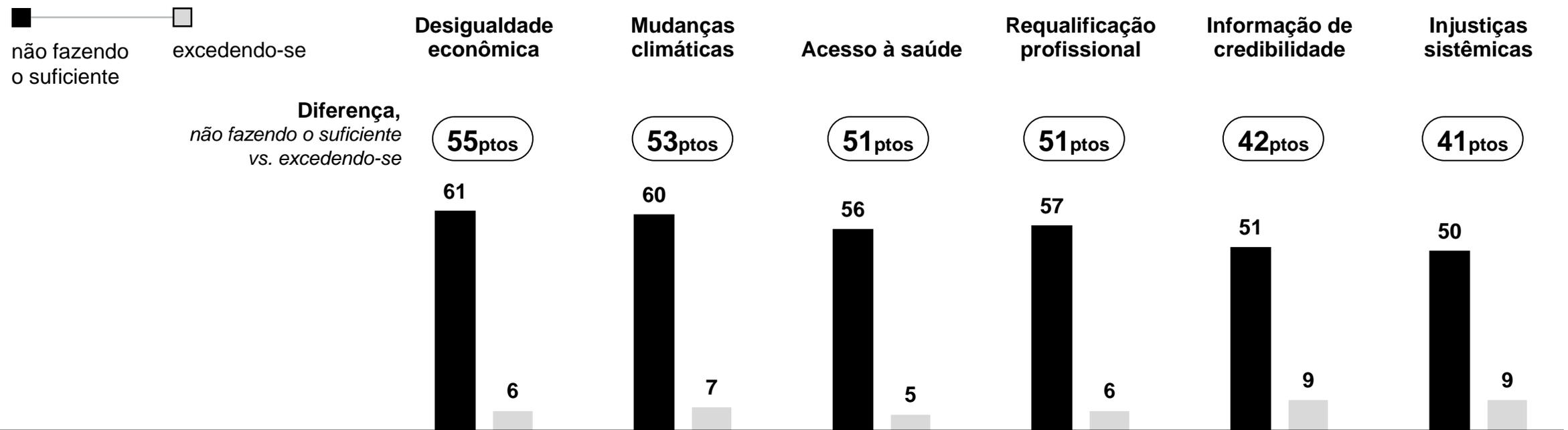


Edelman Trust Barometer 2022. Os escores de ética são médias de resultados baseados em [INS]_PER_DIM/1-4. Pergunta feita a metade da amostra. O escore de competência é uma combinação baseada em TRU_3D_[INS]/1. Dependendo da pergunta, ela foi feita ao total ou à metade da amostra. Público total, média de 24 países. Dados não coletados na China, Rússia e Tailândia. Para detalhes sobre como esses dados foram calculados e plotados, consulte o Apêndice Técnico.

QUEREM MAIS, NÃO MENOS ENGAJAMENTO DAS EMPRESAS EM QUESTÕES DA SOCIEDADE

Porcentagem dos que afirmam, no Brasil

No tratamento dessa **questão da sociedade**, as empresas estão...

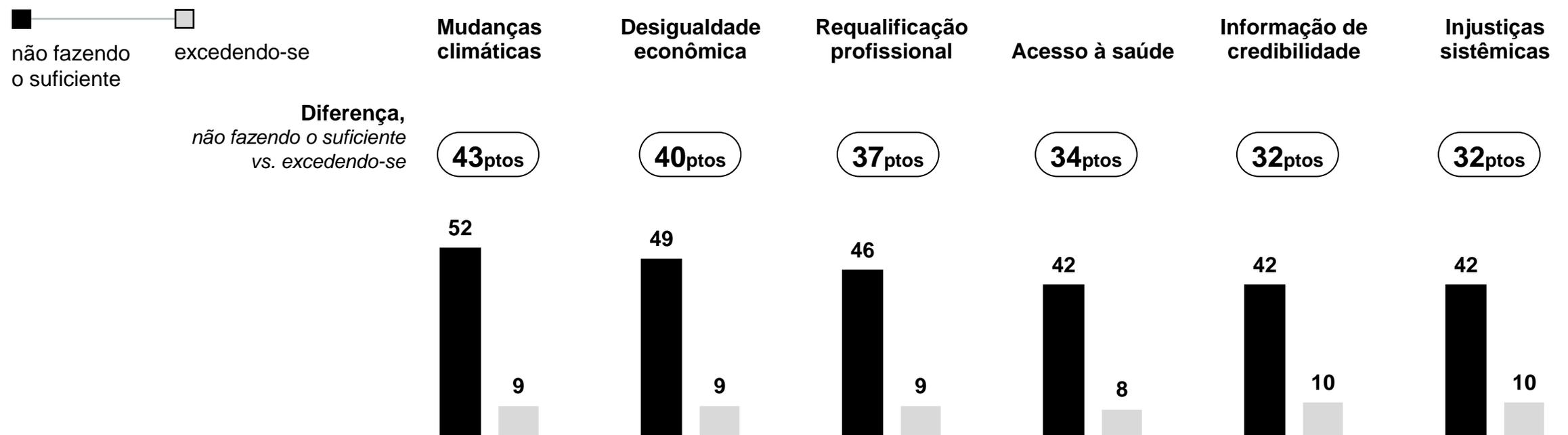


Edelman Trust Barometer 2022. BUS_BND. Pense nas empresas enquanto instituição e em seu atual nível de engajamento para tratar necessidades e problemas da sociedade. Quando se trata de cada uma das seguintes áreas, indique se você acha que as empresas estão indo longe demais e se excedendo no que deveriam fazer, estão fazendo o tanto certo em relação a cada ação ou não estão indo longe o suficiente em suas ações e deveriam fazer mais. Escala de 3 pontos; código 3, “não estão fazendo o suficiente”; código 1, “excedendo-se”. Público total, Brasil.

QUEREM MAIS, NÃO MENOS ENGAJAMENTO DAS EMPRESAS EM QUESTÕES DA SOCIEDADE

Porcentagem dos que afirmam

No tratamento dessa **questão da sociedade**, as empresas estão...



Edelman Trust Barometer 2022. BUS_BND. Pense nas empresas enquanto instituição e em seu atual nível de engajamento para tratar necessidades e problemas da sociedade. Quando se trata de cada uma das seguintes áreas, indique se você acha que as empresas estão indo longe demais e se excedendo no que deveriam fazer, estão fazendo o tanto certo em relação a cada ação ou não estão indo longe o suficiente em suas ações e deveriam fazer mais. Escala de 3 pontos; código 3, “não estão fazendo o suficiente”; código 1, “excedendo-se”. Público total, média de 27 países.

EMPRESAS E ONGs SÃO VISTAS COMO COMPETENTES E AGENTES EFICAZES DE MUDANÇAS POSITIVAS

Porcentagem dos que afirmam, no Brasil

	Empresas Pontuação final	ONGs Pontuação final	Mídia Pontuação final	Governo Pontuação final	
Eficaz	27 ptos	23	10	-32	Agente altamente eficaz de mudanças positivas vs Agente completamente ineficaz de mudanças positivas
Visionário(a)	23	29	-1	-29	Tem uma visão de futuro em que eu acredito vs Não tem uma visão de futuro em que eu acredito
Justo(a)	-9	0	-26	-42	Atende aos interesses de todos igualmente e de forma justa vs Atende aos interesses de apenas certos grupos de pessoas

*Alerta para empresas:
pontuação negativa para justiça*



EMPRESAS E ONGs SÃO VISTAS COMO COMPETENTES E AGENTES EFICAZES DE MUDANÇAS POSITIVAS

Escores de ética detalhados

	Empresas Pontuação final	ONGs Pontuação final	Governo Pontuação final	Mídia Pontuação final	
Eficaz	29 ptos	30	-7	9	vs Agente altamente eficaz de mudanças positivas Agente completamente ineficaz de mudanças positivas
Visionário(a)	19	22	-10	-5	vs Tem uma visão de futuro em que eu acredito Não tem uma visão de futuro em que eu acredito
Justo(a)	-7	11	-19	-12	vs Atende aos interesses de todos igualmente e de forma justa Atende aos interesses de apenas certos grupos de pessoas

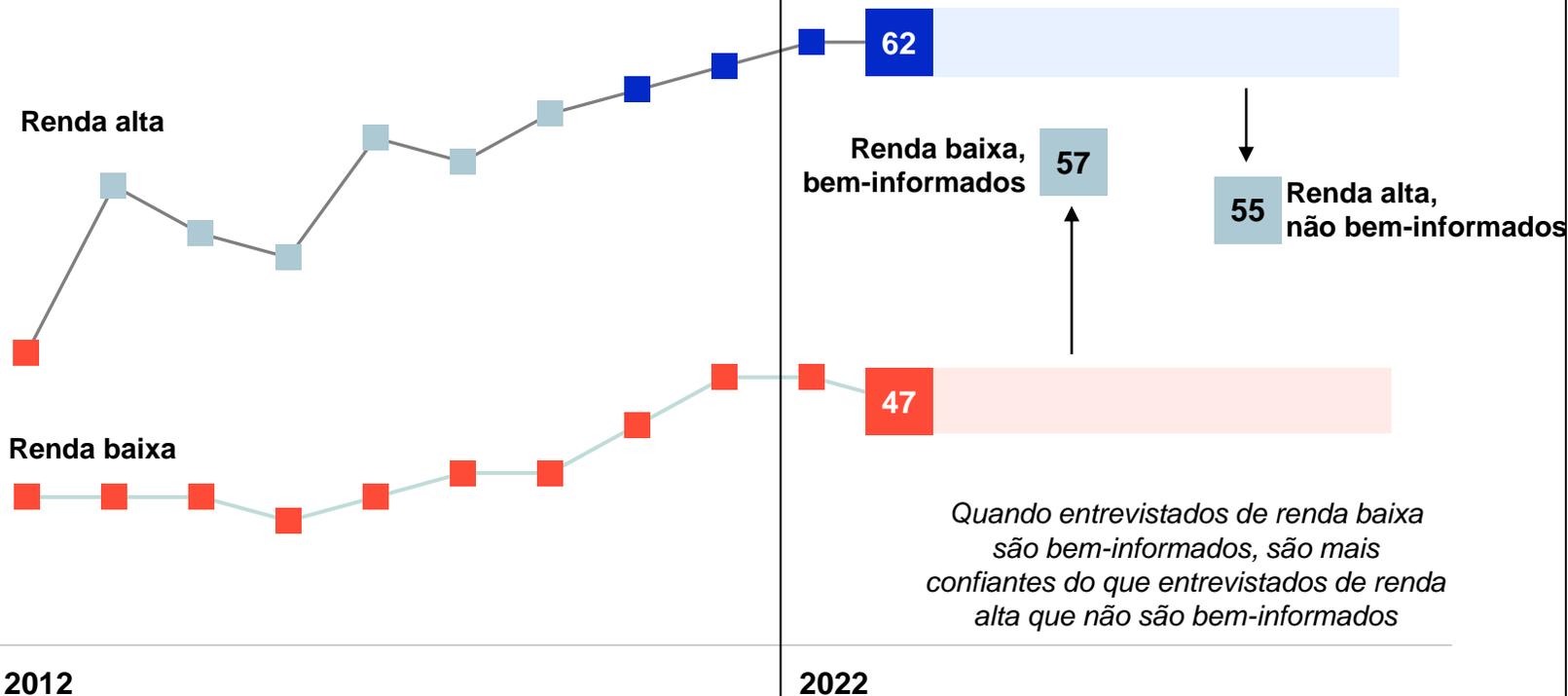
*Alerta para empresas:
pontuação negativa para justiça*

BOA INFORMAÇÃO PODE AJUDAR A REDUZIR DESIGUALDADE

Índice de Confiança



Global 22



Bem-informados

fazem regularmente o seguinte:

Seguem o noticiário regularmente

- Consultam 3+ fontes de notícias diariamente
- Leem notícias sobre negócios e/ou políticas públicas

Buscam informação de qualidade

- Consultam fontes de notícias das quais discordam
- Checam as informações em várias fontes

Edelman Trust Barometer 2022. O Índice de Confiança é a média da porcentagem de confiança em ONGs, empresas, governo e mídia. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atue corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 22 países, por faixa de renda. Escala de Consumo de Mídia. Público total, média de 22 países, por faixa de renda. Para informações completas sobre como a Escala de Bem-Informados foi criada, consulte o Apêndice Técnico.

QUALIDADE DA INFORMAÇÃO AGORA É A MAIS POTENTE GERADORA DE CONFIANÇA EM TODAS AS INSTITUIÇÕES

Potencial ganho de confiança associado com fazer bem cada ação (5 mais pontuadas)

Empresas	Ganho pontos percentuais	ONGs	Ganho pontos percentuais	Governo	Ganho pontos percentuais	Mídia	Ganho pontos percentuais
Qualidade da informação	3,0	Qualidade da informação	3,2	Qualidade da informação	6,1	Qualidade da informação	6,6
Cobrar responsabilidades	2,5	Exercer efetivamente seu poder	2,4	Assumir papel de liderança	3,7	Comunicação e transparência	3,2
Comunicação e transparência	2,3	Trabalhar com outras instituições e organizações	2,3	Exercer efetivamente seu poder	3,5	Exercer efetivamente seu poder	2,5
Exercer efetivamente seu poder	2,1	Assumir papel de liderança	2,1	Pensamento e planejamento de longo prazo	3,2	Gerenciamento de mudanças	2,2
Obter resultados	1,8	Gerenciamento de mudanças	2,0	Cobrar responsabilidade de outras instituições	3,2	Cobrar responsabilidades	2,0

Edelman Trust Barometer 2022. Análise de regressão. CMP_ARE_[INS]. Pensando em [instituição] como é hoje, indique se você considera cada uma das seguintes dimensões como sendo um de seus pontos fortes ou fracos. Escala de 5 pontos; 2 primeiros, ponto forte. Pergunta feita a metade da amostra. TRU_INS. Segue abaixo uma lista de instituições. Indique o quanto você confia que cada uma dessas instituições atue corretamente. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Público total, média de 24 países. Para uma explicação completa de como esses dados foram calculados, consulte o Apêndice Técnico. Dados para CMP_ARE_[INS] não coletados na China, Tailândia e Rússia.

RESTAURAR A CONFIANÇA É ESSENCIAL PARA A ESTABILIDADE SOCIAL

Papel social das empresas veio para ficar

As pessoas querem mais, e não menos liderança das empresas.

Mostrar avanços tangíveis

Restaurar a crença na capacidade da sociedade de criar um futuro melhor: mostrar que o sistema funciona.

A liderança deve focar o pensamento de longo prazo

Soluções ao invés de divisões; pensamento de longo prazo ao invés de ganhos no curto prazo.

Cada instituição deve prover informações de credibilidade

Informações claras, consistentes e baseadas em fatos são cruciais para romper o círculo da desconfiança



A large, semi-transparent, light gray number '22' is centered in the background of the slide. The number is rendered in a bold, rounded, sans-serif font. The background is a solid dark gray.

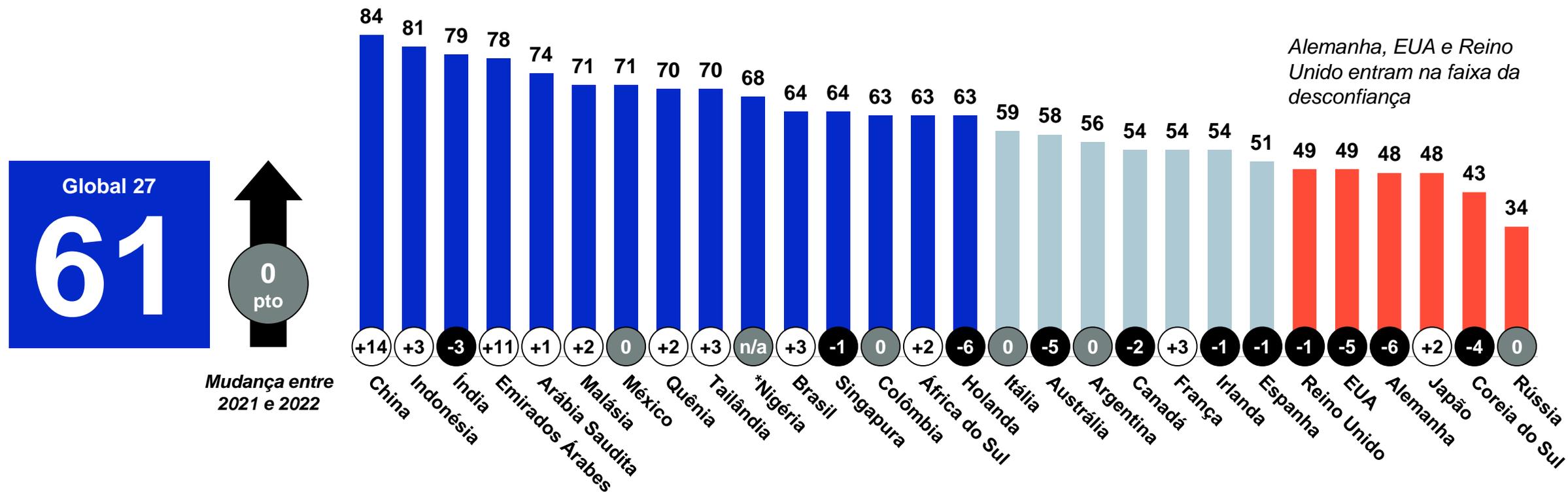
DADOS COMPLEMENTARES

CONFIANÇA NAS EMPRESAS CAI EM 11 E SOBE EM 11 DE 27 PAÍSES

Porcentagem dos que confiam



Confiança em 15 países;
aumento de dois dígitos na China e nos Emirados Árabes

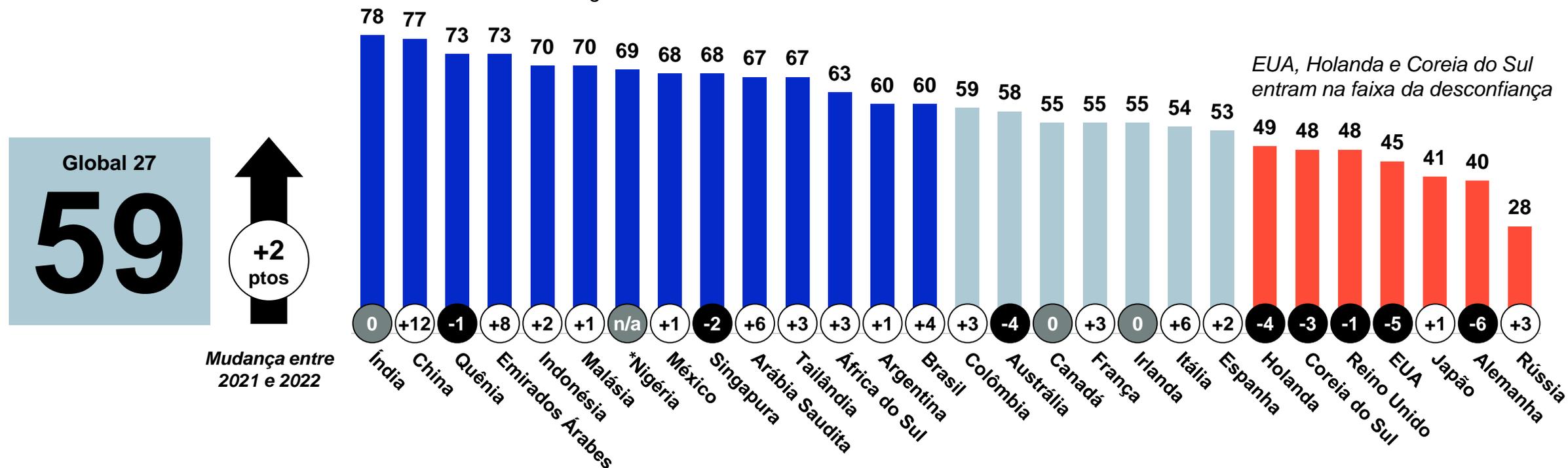


CONFIANÇA NAS ONGS SOBE EM 16 DE 27 PAÍSES

Porcentagem dos que confiam



Confiança em 14 países;
aumento de dois dígitos na China



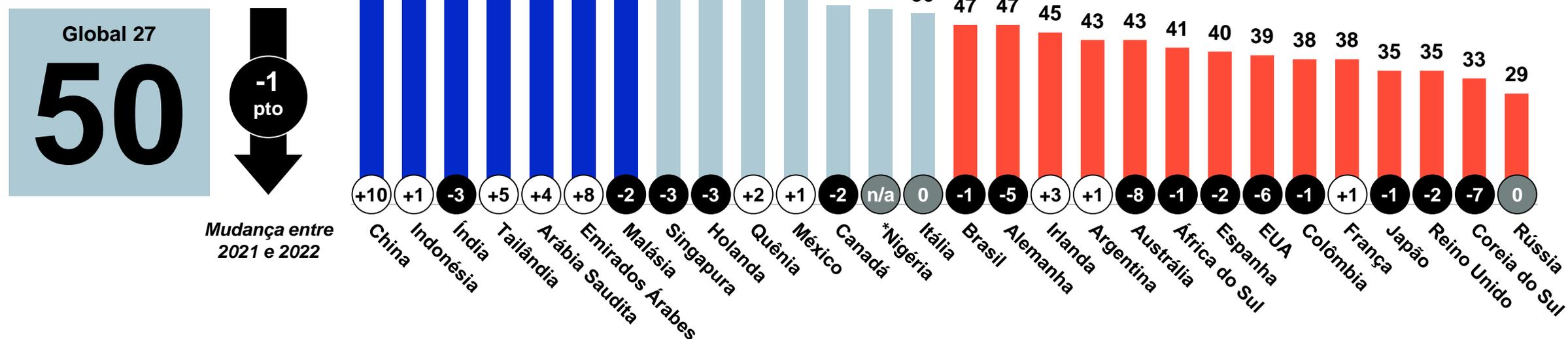
CONFIANÇA NA MÍDIA CAI EM 15 DE 27 PAÍSES

Porcentagem dos que confiam



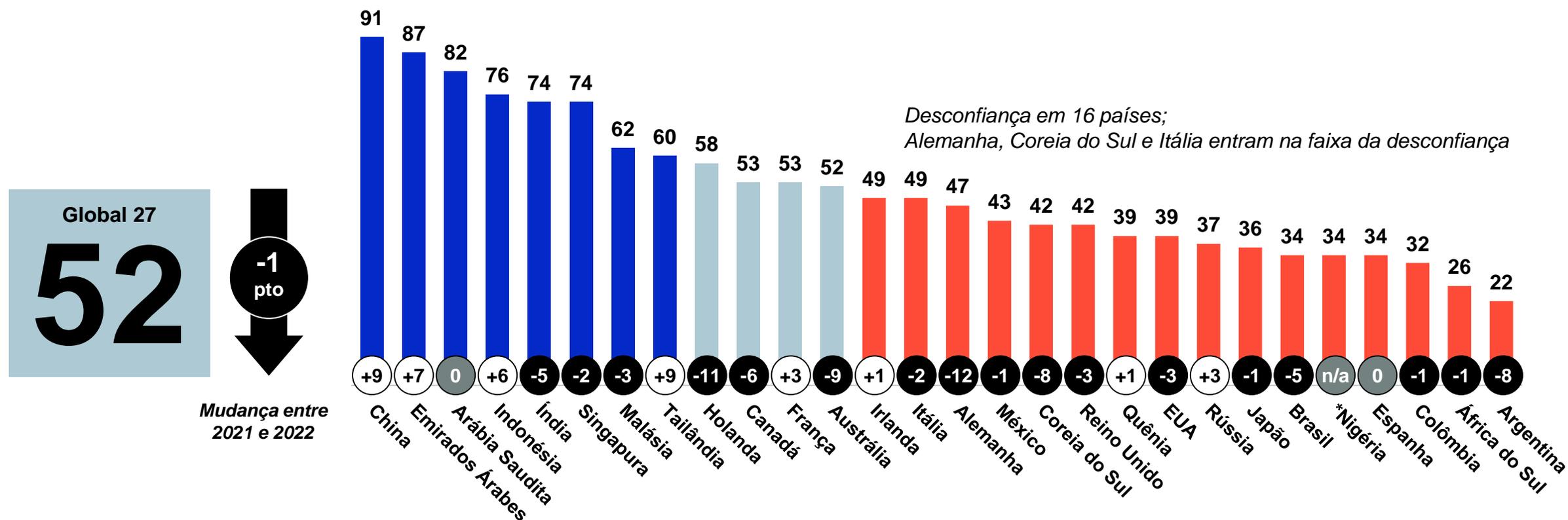
Confiança em 7 de 28 países;
Aumento de dois dígitos na China,
Emirados Árabes entra na faixa da confiança

Desconfiança em 14 de 28 países;
Austrália e Alemanha entram na faixa da desconfiança



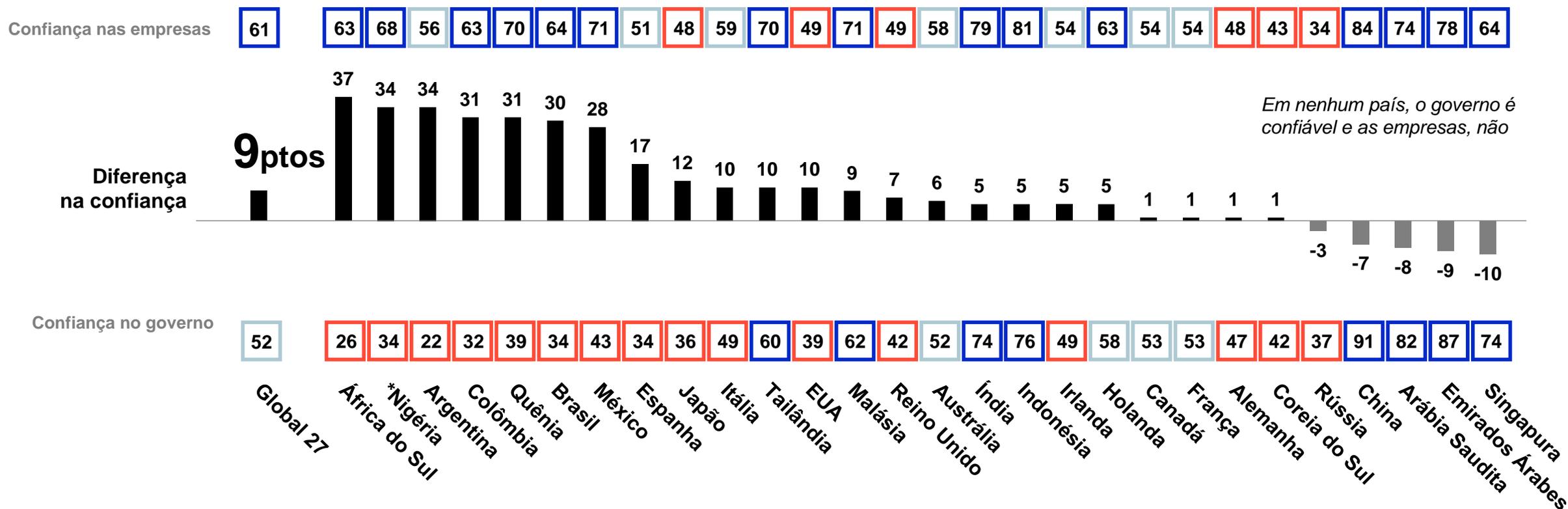
CONFIANÇA NO GOVERNO CAI EM 17 DE 27 PAÍSES

Porcentagem dos que confiam



CONFIANÇA NAS EMPRESAS É MAIOR DO QUE NO GOVERNO EM 23 DE 28 PAÍSES

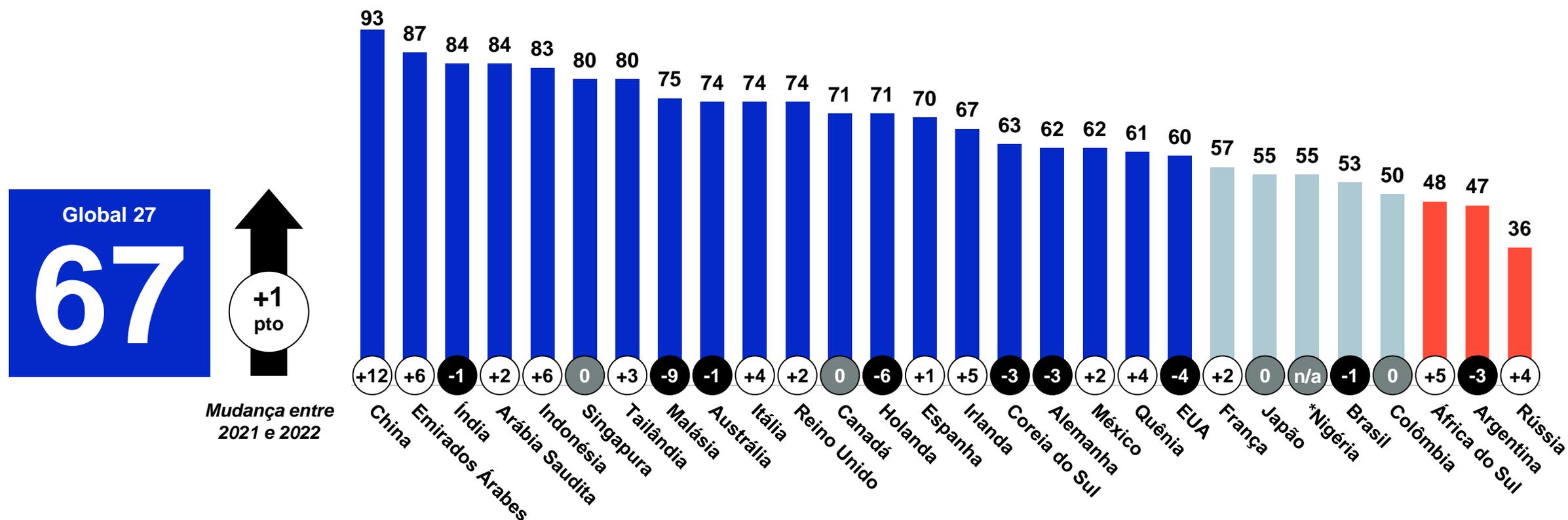
Diferença, em pontos percentuais, entre a confiança nas empresas e a confiança no governo em cada país



Em nenhum país, o governo é confiável e as empresas, não

CONFIANÇA NAS AUTORIDADES SANITÁRIAS NACIONAIS SOBE EM 14 DE 27 PAÍSES

Porcentagem dos que confiam

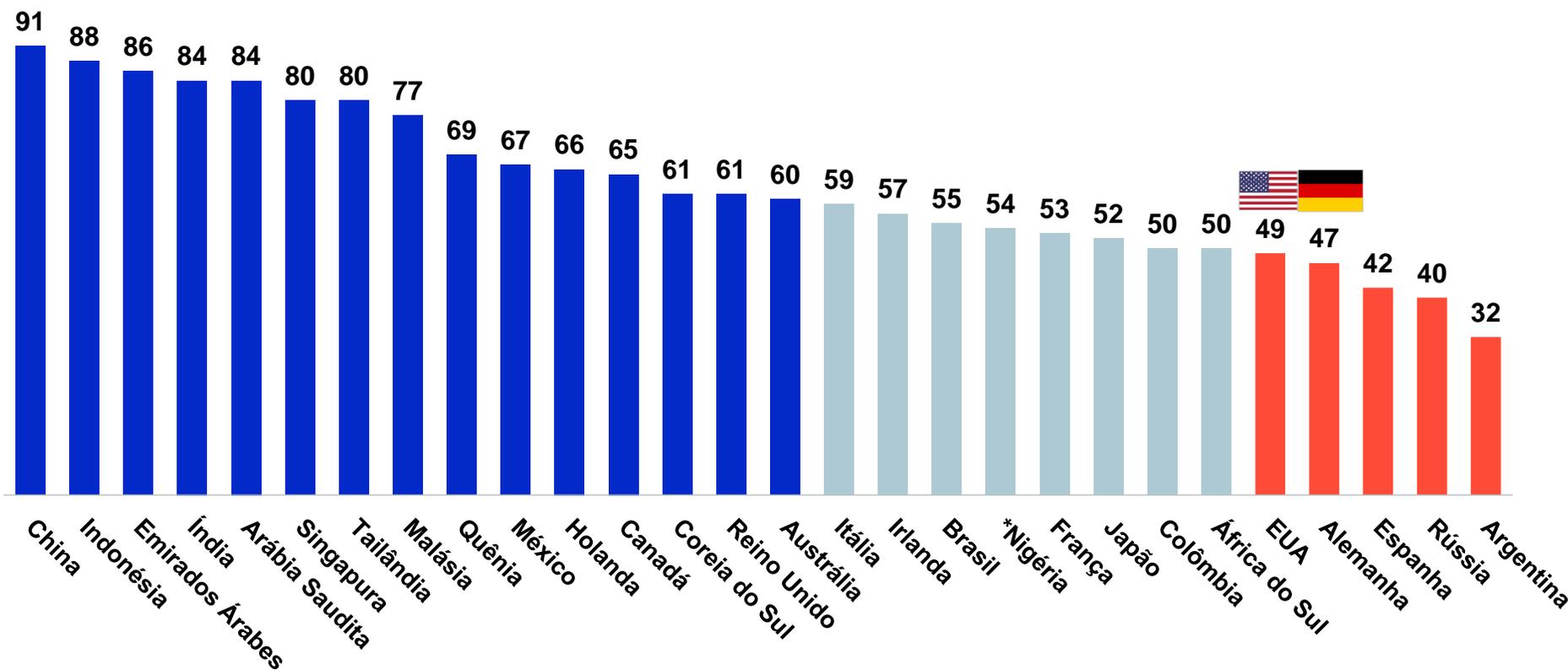


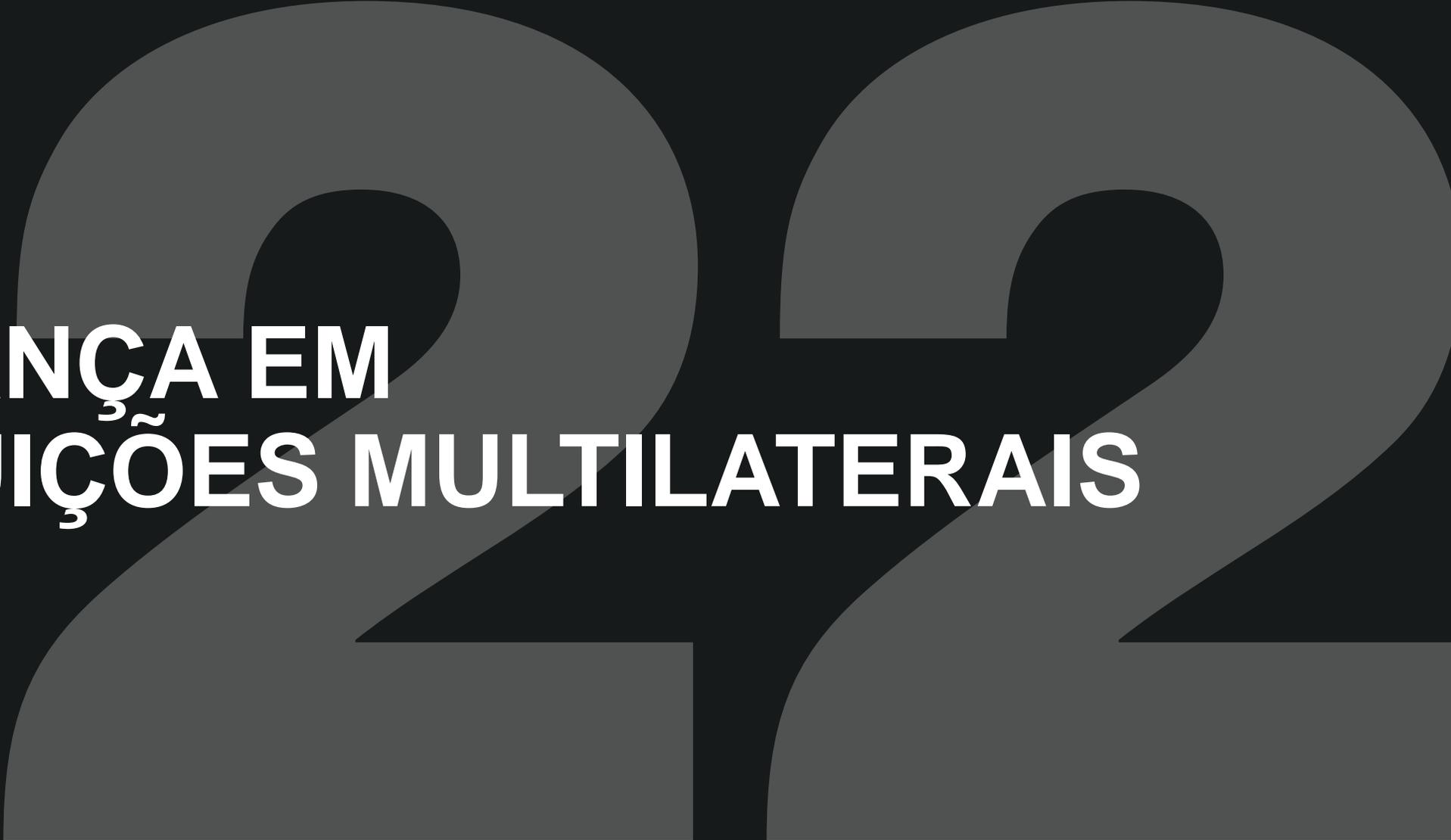
DESCONFIANÇA NO BANCO CENTRAL EM 2 DAS 5 MAIORES ECONOMIAS

Porcentagem dos que confiam



Global 27
63





**CONFIANÇA EM
INSTITUIÇÕES MULTILATERAIS**

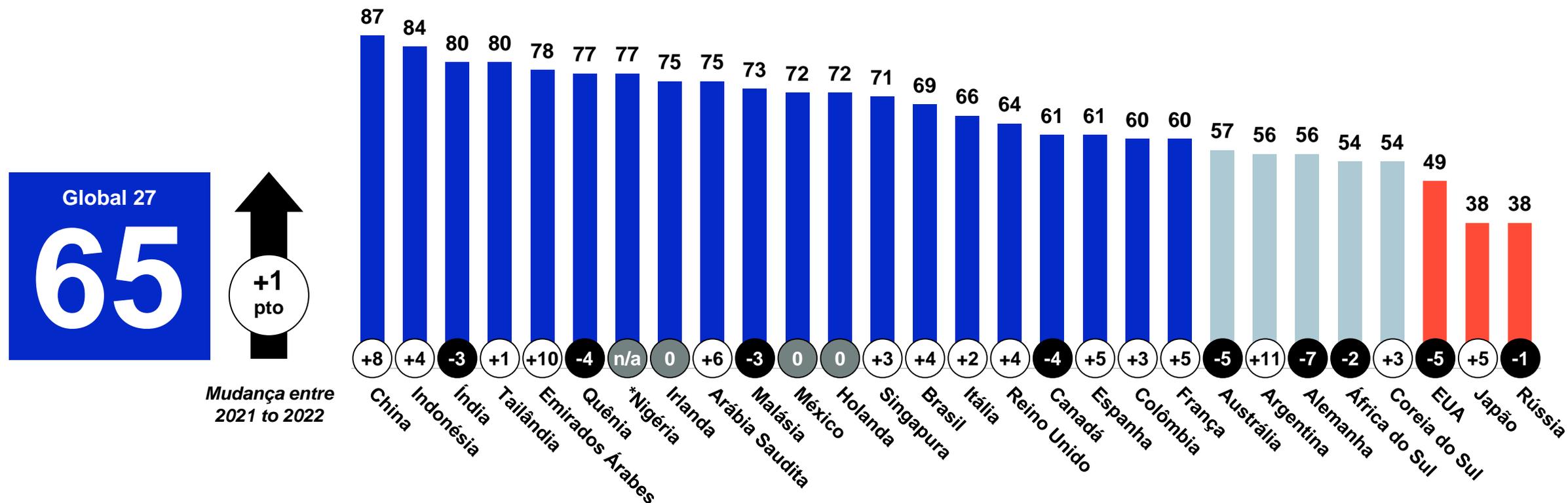
AUMENTA A CONFIANÇA EM INSTITUIÇÕES MULTILATERAIS

Porcentagem dos que confiam



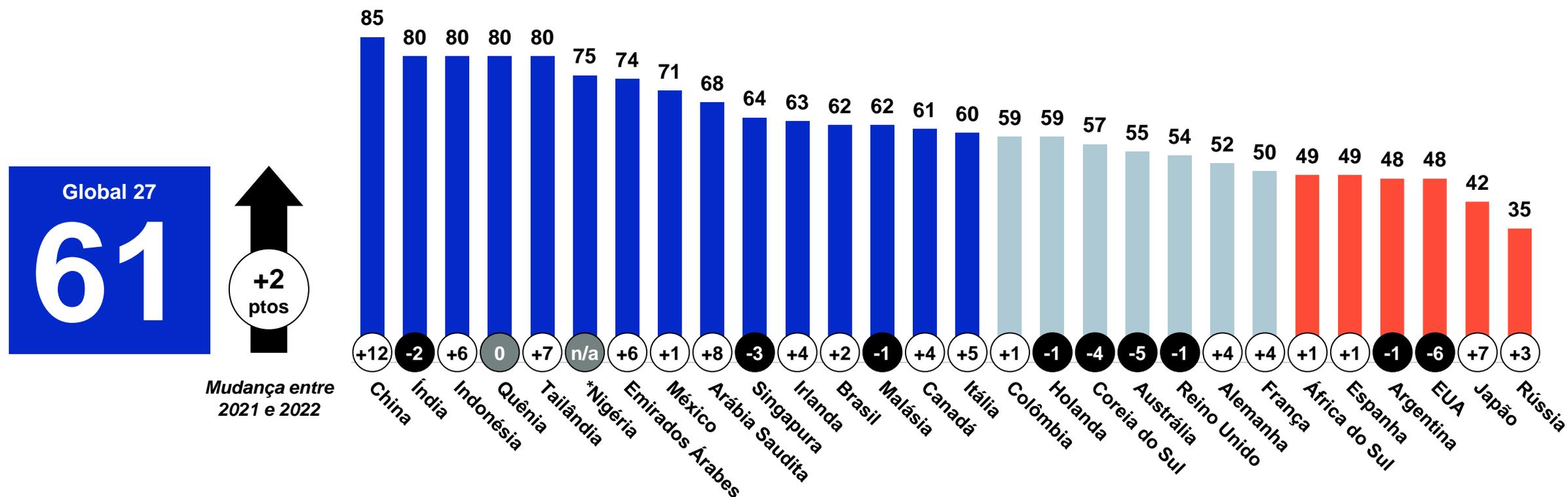
CONFIANÇA NA OMS AUMENTA EM 15 DE 28 PAÍSES

Porcentagem dos que confiam



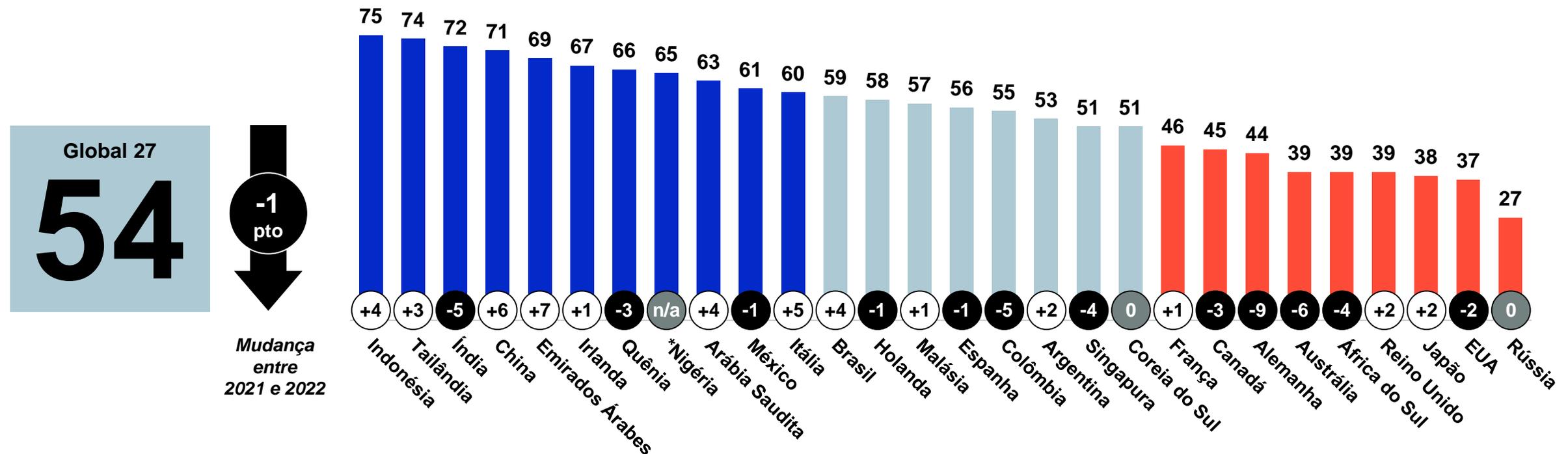
CONFIANÇA NA ONU AUMENTA EM 17 DE 27 PAÍSES

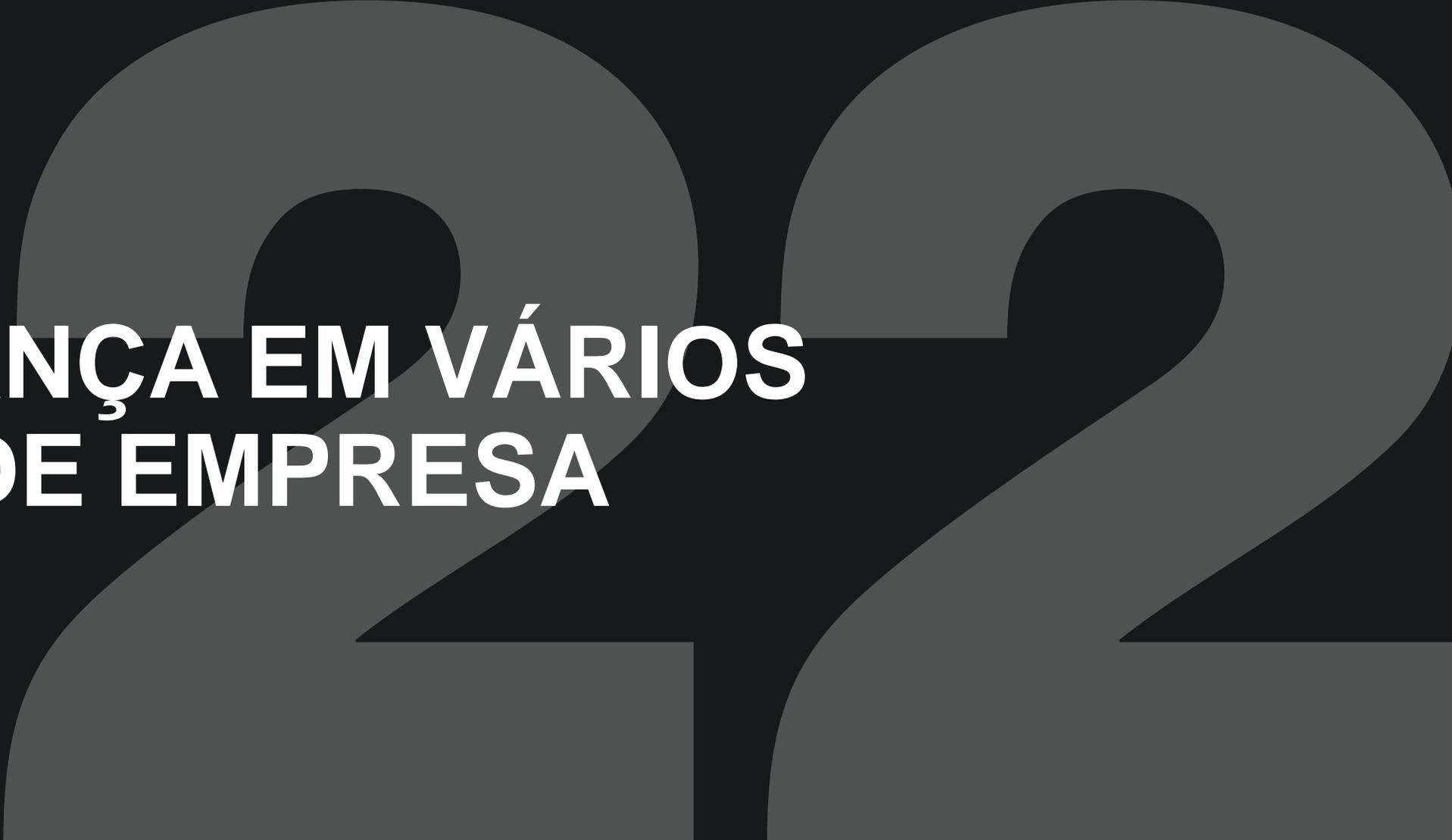
Porcentagem dos que confiam



CONFIANÇA NA UNIÃO EUROPEIA AUMENTA EM 13 DE 27 PAÍSES

Porcentagem dos que confiam

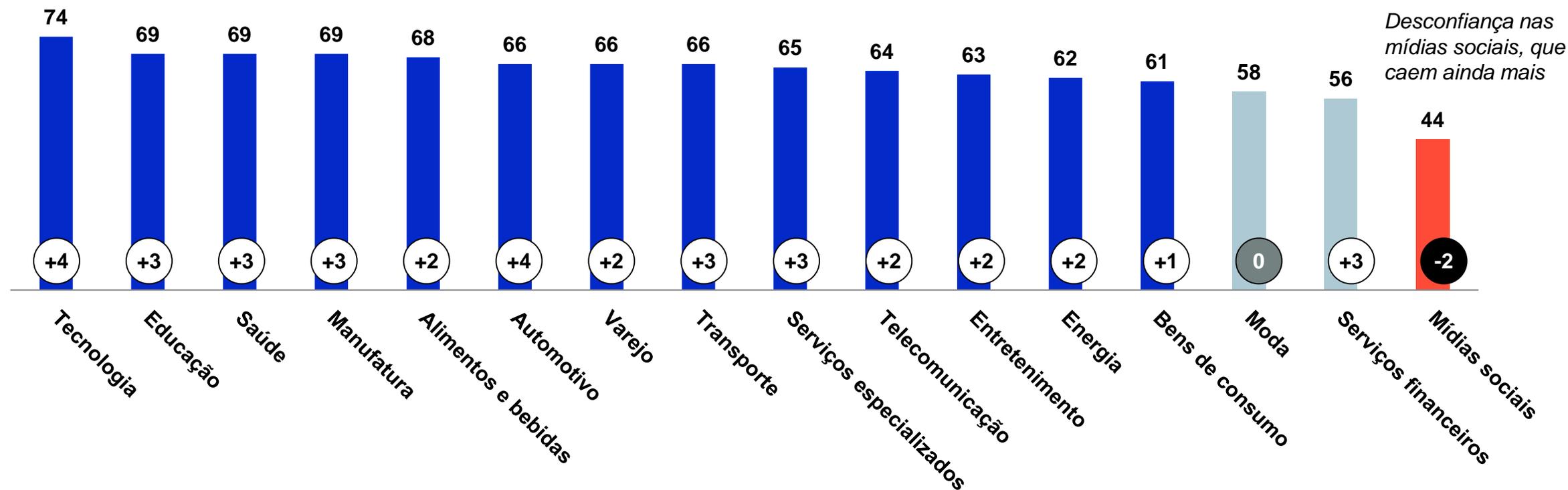




**CONFIANÇA EM VÁRIOS
TIPOS DE EMPRESA**

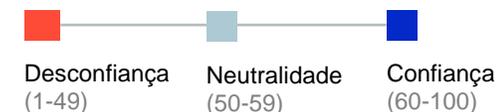
AUMENTA CONFIANÇA NA MAIORIA DOS SETORES ECONÔMICOS

Porcentagem dos que confiam



CONFIANÇA NOS SETORES ECONÔMICOS: TENDÊNCIAS EM 10 ANOS

Porcentagem dos que confiam

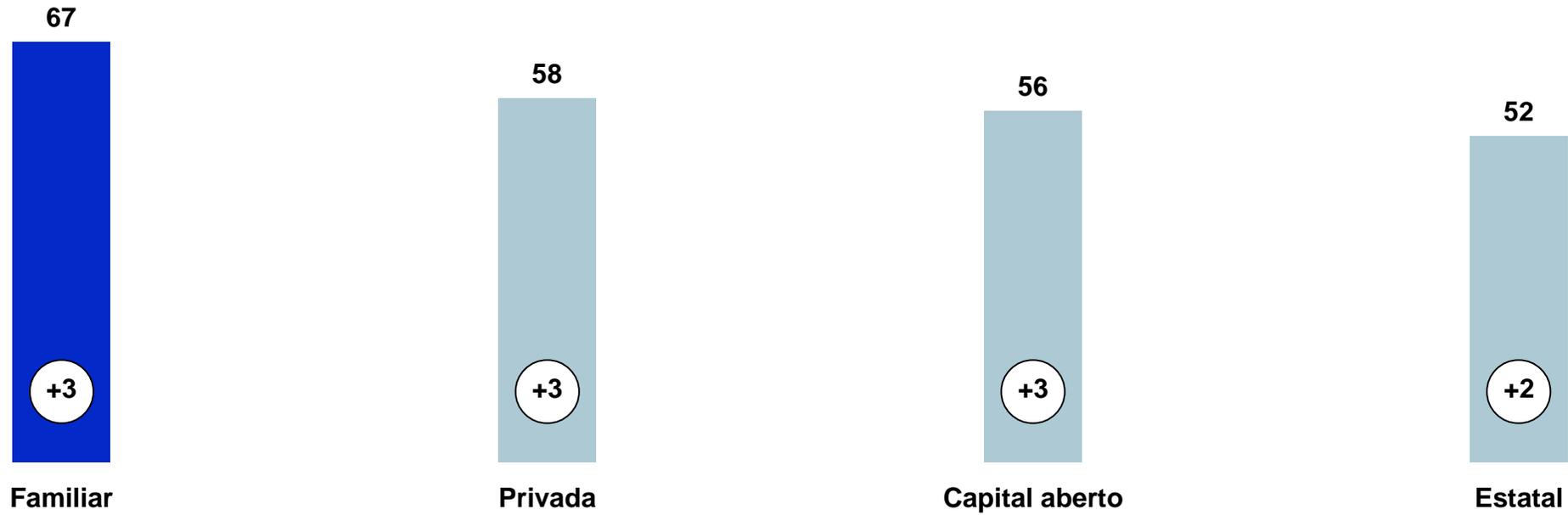


Global 22

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	<i>Mudança 2012 - 2022</i>
Tecnologia	77	74	77	74	76	76	75	78	75	68	72	-5
Saúde	-	-	-	-	64	67	65	68	67	66	69	n/a
Alimentos e bebidas	64	64	65	64	65	68	64	69	67	65	67	+3
Automotivo	63	66	70	67	62	66	63	69	67	60	63	0
Telecomunicação	59	61	62	60	61	64	64	67	65	61	62	+3
Energia	54	58	57	57	59	62	63	65	63	59	61	+7
Entretenimento	-	63	66	64	66	65	63	68	65	59	61	n/a
Bens de consumo	58	61	62	61	62	64	61	65	62	60	60	+2
Serviços financeiros	44	47	49	48	52	55	55	57	56	52	54	+10

EMPRESAS FAMILIARES SÃO AS MAIS CONFIÁVEIS

Porcentagem dos que confiam em cada tipo de empresa

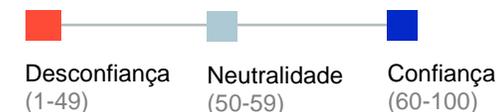


Edelman Trust Barometer 2022. TRU_ORG. Pensando nos diferentes tipos de empresas, indique o quanto você confia que cada tipo de empresa atue corretamente, usando uma escala de nove pontos, em que 1 significa que você “não confia de forma alguma” e 9 significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, média de 27 países.

CONFIANÇA NOS TIPOS DE EMPRESA – TENDÊNCIAS EM 9 ANOS

Porcentagem dos que confiam

Global 22

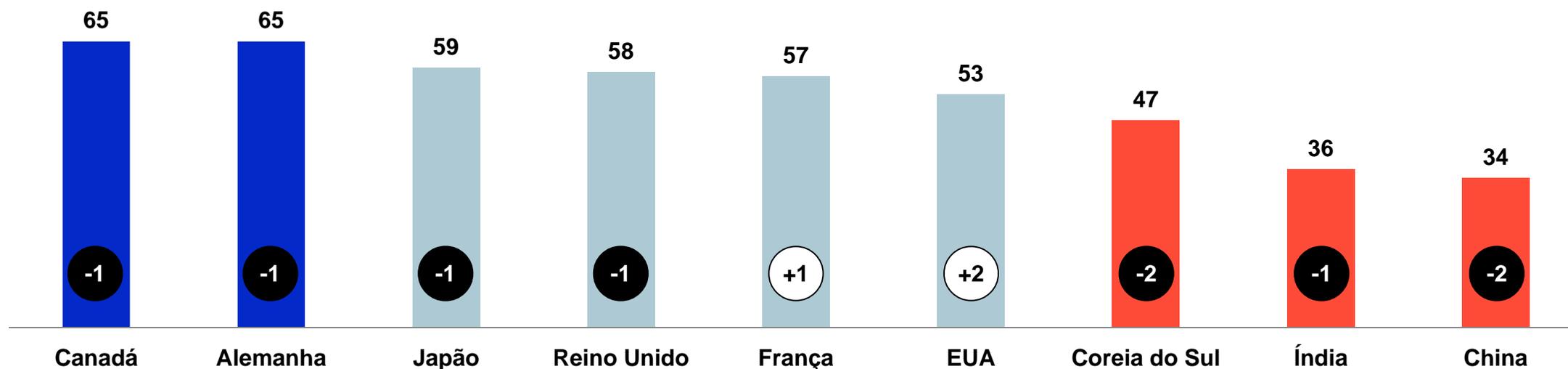


	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	<i>Mudança 2013 - 2022</i>
Familiar	71	69	65	67	69	-	70	68	63	66	-5
Privada	-	56	52	55	57	-	59	58	54	56	n/a
Capital aberto	-	54	49	52	55	-	58	57	52	54	n/a
Estatatal	-	50	45	49	54	-	57	53	51	52	n/a

Edelman Trust Barometer 2022. TRU_ORG. Pensando nos diferentes tipos de empresas, indique o quanto você confia que cada tipo de empresa atue corretamente, usando uma escala de nove pontos, em que 1 significa que você “não confia de forma alguma” e 9 significa que você “confia bastante”. Escala de 9 pontos; 4 primeiros, confio. Pergunta feita a metade da amostra. Público total, média de 22 países.

MAIORIA DOS PAÍSES TEM QUEDA NA CONFIANÇA EM SUAS MARCAS

Porcentagem dos que confiam em **companhias** sediadas em cada país



APÊNDICE TÉCNICO

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: AMOSTRAS TAMANHO DA AMOSTRA, COTAS E MARGEM DE ERRO

	Público total			Público informado		
	Tamanho da amostra ¹	Cotas determinadas ²	Margem de erro	Tamanho da amostra ⁵	Cotas determinadas ³	Margem de erro
Global	31.050	Idade, Gênero, Região	+/- 0,6% amostra total +/- 0,8% metade da amostra	6.000	Idade, Escolaridade, Gênero	+/- 1,3% amostra total +/- 1,8% metade da amostra
China⁴ e EUA	1.150	Idade, Gênero, Região	+/- 2,9% amostra total +/- 4,1% metade da amostra	500	Idade, Escolaridade, Gênero	+/- 4,4% amostra total +/- 6,2% metade da amostra
Nigéria	1.150	Idade, Gênero, Região	+/- 2,9% amostra total +/- 4,1% metade da amostra	100	Idade, Escolaridade, Gênero	+/- 9,8% amostra total +/- 13,9% metade da amostra
Todos os outros países	1.150	Idade, Gênero, Região	+/- 2,9% amostra total +/- 4,1% metade da amostra	200	Idade, Escolaridade, Gênero	+/- 6,9% amostra total +/- 9,8% metade da amostra

OBSERVAÇÃO: Como parte do conteúdo do questionário é considerada politicamente delicada, há diversos países onde tomamos precauções especiais para evitar de colocar nossos entrevistados, ou nós mesmos, em posição de violar quaisquer leis locais. Trabalhamos lado a lado com nosso parceiro de amostras e sua equipe jurídica para identificar quais perguntas devemos nos abster de fazer e em quais países. Os três países onde retiramos perguntas e/ou alternativas foram China, Rússia e Tailândia.

1. Algumas perguntas foram feitas apenas a metade da amostra; consulte as notas de rodapé de cada página para mais informações.
2. Para o público total, houve cotas adicionais de etnia no Reino Unido e nos EUA, e de nacionalidade nos Emirados Árabes e na Arábia Saudita.
3. Para o público informado, houve cotas adicionais de nacionalidade nos Emirados Árabes e na Arábia Saudita.
4. Todos os dados coletados na China são da região continental. Regiões da Grande China não foram pesquisadas.
5. Em alguns casos, a amostra inteira do público informado fazia parte do público total; em alguns países, foi necessário ampliar a amostra para atingir o alvo desejado.

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: AMOSTRAS

PAÍSES INCLUÍDOS NAS DIFERENTES MÉDIAS GLOBAIS

	Global 27	Global 25	Global 24 (S)	Global 24 (T)	Global 22
África do Sul	✓	✓	✓	✓	
Alemanha	✓	✓	✓	✓	✓
Arábia Saudita	✓	✓	✓		
Argentina	✓	✓	✓	✓	✓
Austrália	✓	✓	✓	✓	✓
Brasil	✓	✓	✓	✓	✓
Canadá	✓	✓	✓	✓	✓
China	✓	✓		✓	✓
Colômbia	✓	✓	✓	✓	
Coreia do Sul	✓	✓	✓	✓	✓
Espanha	✓	✓	✓	✓	✓
Emirados Árabes	✓	✓	✓	✓	✓
EUA	✓	✓	✓	✓	✓
França	✓	✓	✓	✓	✓
Holanda	✓	✓	✓	✓	✓
Índia	✓	✓	✓	✓	✓
Indonésia	✓	✓	✓	✓	✓
Irlanda	✓	✓	✓	✓	✓
Itália	✓	✓	✓	✓	✓
Japão	✓	✓	✓	✓	✓
Malásia	✓	✓	✓	✓	✓
México	✓	✓	✓	✓	✓
Nigéria					
Quênia	✓		✓		
Rússia	✓	✓		✓	✓
Singapura	✓	✓	✓	✓	✓
Tailândia	✓				
Reino Unido	✓	✓	✓	✓	✓
	<i>Amostra completa, não inclui Nigéria.</i>	<i>Média retroativa desde 2019. Não inclui Quênia, Nigéria e Tailândia.</i>	<i>Não inclui China, Rússia e Tailândia devido à natureza delicada de certas perguntas; Nigéria também não foi incluída nesta média por não fazer parte de nenhuma média.</i>	<i>Média retroativa desde 2016. Não inclui Quênia, Nigéria, Arábia Saudita e Tailândia.</i>	<i>Média retroativa desde 2012. Não inclui Colômbia, Quênia, Nigéria, Arábia Saudita, África do Sul e Tailândia.</i>

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: AMOSTRAS IDIOMAS USADOS NA PESQUISA E PENETRAÇÃO DA INTERNET, POR PAÍS

O Edelman Trust Barometer é uma pesquisa *on-line*. Em países desenvolvidos, uma amostra *on-line* com representatividade nacional reflete bem a população geral. Em países com níveis mais baixos de penetração da internet, uma amostra *on-line* com representatividade nacional será de uma população mais abastada e urbana e com maior escolaridade do que a população geral.

	Idiomas	Penetração da internet*
Global	-	85%
África do Sul	Inglês, africâner	58%
Alemanha	Alemão	96%
Arábia Saudita	Inglês, árabe	90%
Argentina	Espanhol regional	91%
Austrália	Inglês	84%
Brasil	Português	75%
Canadá	Inglês, francês canadense	94%
China	Chinês simplificado	69%
Colômbia	Espanhol regional	75%

	Idiomas	Penetração da internet*
Coreia do Sul	Coreano	96%
Emirados Árabes	Inglês, árabe	100%
Espanha	Espanhol	93%
EUA	Inglês, espanhol regional	90%
França	Francês	92%
Holanda	Inglês, holandês	96%
Índia	Inglês, hindi	
Indonésia	Indonésio	89%
Irlanda	Inglês	92%
Itália	Italiano	93%

	Idiomas	Penetração da internet*
Japão	Japonês	95%
Malásia	Malaio	89%
México	Espanhol regional	67%
Nigéria	Inglês regional	73%
Quênia	Inglês	85%
Rússia	Russo	81%
Singapura	Inglês, chinês simplificado	88%
Tailândia	Tailandês	84%
Reino Unido	Inglês	95%

*Fonte: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> dados de 3 de janeiro de 2022

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: ANÁLISES COMO MENSURAMOS OS EMPREGADOS MOTIVADOS POR CONVICÇÃO

Foi feita uma série de perguntas aos entrevistados a respeito do peso que seus valores, opiniões sobre questões sociais e convicções políticas têm quando escolhem seus empregadores. A escala de Empregado Motivado por Convicção (BDE, na sigla em inglês) foi criada a partir da média das respostas a sete itens em uma escala de 9 pontos (concordo/discordo), mostrados na tabela à direita.

- Empregados não motivados por convicção foram os que pontuaram entre 1 e 4,99 na escala BDE, ou seja, em média, eles discordaram das afirmações.
- Entrevistados que pontuaram entre 5 e 9 na escala BDE foram classificados como empregados motivados por convicção, ou seja, em média, eles se identificaram, pelo menos até certo ponto, com as afirmações.

Pergunta feita aos entrevistados:

Indique o quanto você concorda ou discorda das seguintes afirmações

1.	Mesmo se uma organização me oferecer muito mais dinheiro do que eu ganho atualmente, não vou trabalhar lá se discordar do posicionamento da companhia em relação a questões sociais importantes.
2.	Aceitei um emprego em uma organização unicamente porque eu gostava de seu posicionamento em relação a questões sociais ou políticas controversas.
3.	Saí de um emprego em uma organização e comecei a trabalhar em outro lugar porque eu gostava mais de seus valores.
4.	Tenho opiniões fortes sobre muitas questões sociais ou políticas. As organizações onde escolho trabalhar ou não são uma maneira importante que tenho de expressar essas opiniões.
5.	Saí de um emprego em uma organização unicamente porque ela se manteve em silêncio sobre uma questão social ou política que eu achava que ela tinha obrigação de abordar publicamente.
6.	Há algumas indústrias ou setores empresariais em que eu nunca trabalharia, independentemente do salário, porque acho que são fundamentalmente imorais.
7.	Estou mais interessado em trabalhar em uma organização que se orgulhe de seu sucesso financeiro e comercial do que em uma que se orgulhe de ser uma das mais socialmente responsáveis de seu setor (pontuação inversa).

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: ANÁLISES COMO MENSURAMOS OS COMPRADORES MOTIVADOS POR CONVICÇÃO

Foi feita uma série de perguntas aos entrevistados a respeito do peso que seus valores, opiniões sobre questões sociais e convicções políticas têm em suas decisões de compra. A escala de Comprador Motivado por Convicção (BDB, na sigla em inglês) foi criada a partir da média das respostas a seis itens em uma escala de 9 pontos (concordo/discordo), mostrados na tabela à direita.

- Compradores não motivados por convicção foram os que pontuaram entre 1 e 4,99 na escala BDB, ou seja, em média, eles discordaram das afirmações.
- Entrevistados que pontuaram entre 5 e 9 na escala BDB foram classificados como compradores motivados por convicção, ou seja, em média, eles se identificaram, pelo menos até certo ponto, com as afirmações.

Pergunta feita aos entrevistados:

Indique o quanto você concorda ou discorda das seguintes afirmações

- | | |
|----|---|
| 1. | Mesmo se uma companhia fizer o produto de que mais gosto, não vou comprá-lo se discordar do posicionamento da companhia em relação a questões sociais importantes. |
| 2. | Se uma marca me oferecer o melhor preço para um produto, vou comprá-lo mesmo se discordar do posicionamento da companhia em relação a questões sociais ou políticas controversas. |
| 3. | Comprei uma marca pela primeira vez unicamente porque gostei de seu posicionamento em relação uma questão social ou política controversa. |
| 4. | Parei de comprar uma marca e comecei a comprar outra porque gostei mais de sua posição política. |
| 5. | Tenho opiniões fortes sobre muitas questões sociais ou políticas. As marcas que escolho comprar ou não são uma maneira importante que tenho de expressar essas opiniões. |
| 6. | Parei de comprar uma marca unicamente porque ela se manteve em silêncio sobre uma questão social ou política que eu achava que ela tinha obrigação de abordar publicamente. |

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: ANÁLISES COMO MENSURAMOS OS INVESTIDORES MOTIVADOS POR CONVICÇÃO

Foi feita uma série de perguntas aos entrevistados a respeito do peso que seus valores, opiniões sobre questões sociais e convicções políticas têm em suas decisões de investimento. A escala de Investidor Motivado por Convicção (BDI, na sigla em inglês) foi criada a partir da média das respostas a seis itens em uma escala de 9 pontos (concordo/discordo), mostrados na tabela à direita.

- Investidores não motivados por convicção foram os que pontuaram entre 1 e 4,99 na escala BDI, ou seja, em média, eles discordaram das afirmações.
- Entrevistados que pontuaram entre 5 e 9 na escala BDI foram classificados como investidores motivados por convicção, ou seja, em média, eles se identificaram, pelo menos até certo ponto, com as afirmações.

Pergunta feita aos entrevistados:

Indique o quanto você concorda ou discorda das seguintes afirmações

1.	Mesmo se um investimento estiver demonstrando crescimento forte e de longo prazo, não vou aderir a ele se isso significar que eu estaria colocando dinheiro em companhias que não refletem meus valores pessoais.
2.	Se um investimento tiver um histórico de retornos robustos, vou aderir a ele mesmo se isso significar que estou colocando dinheiro em companhias de cujos posicionamentos em relação a questões sociais ou políticas controversas eu discordo.
3.	Aderi a um investimento unicamente porque ele me permitiu possuir ações de uma companhia ou companhias que senti que compartilhavam meus valores.
4.	Tenho opiniões fortes sobre muitas questões sociais ou políticas. As companhias e os fundos em que escolho investir ou não são uma maneira importante que tenho de expressar essas opiniões.
5.	Vendi minhas ações de uma companhia ou de um fundo mútuo unicamente porque uma ou mais companhias que faziam parte daquele investimento mantiveram-se em silêncio sobre uma questão social ou política que eu achava que tinham obrigação de abordar publicamente.
6.	Participei de campanhas para que organizações vendessem suas participações em setores ou tipos de empresa que considero serem ruins para a sociedade ou o planeta.

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: ANÁLISES COMO MENSURAMOS OS BEM-INFORMADOS

Para determinar se os entrevistados eram bem-informados, analisamos cinco critérios:

1. Olhar várias fontes de informação: Ouvem perspectivas variadas?
2. Acompanhar regularmente matérias sobre políticas públicas no noticiário
3. Acompanhar regularmente notícias e informações sobre negócios
4. Engajamento com diferentes pontos de vista: Evitam as bolhas/câmaras de eco de informação?
5. Checagem de informação: Evitam presumir que algo é verdade só porque está de acordo com sua opinião?

Cada entrevistado foi classificado como bem-informado ou não com base em seu desempenho nesses cinco comportamentos:

- **Bem-informado:** Atendeu quatro ou mais dos cinco critérios
- **Não bem-informado:** Atendeu três ou menos dos cinco critérios

**Critérios detalhados
relativos aos bem-
informados**

Acompanhar o noticiário regularmente

1. Olhar várias fontes de informação

- “Em um dia comum, quantas fontes ou publicações diferentes, de qualquer tipo (*on-line, off-line, rádio, TV, jornal, revista, feed de notícias, rede social*), você consulta a fim de se manter informado?” NEWS_INFO

➤ *Condição para atender o critério: três ou mais fontes*

2. Acompanhar matérias sobre políticas públicas

- “Com que frequência você acompanha matérias sobre políticas públicas no noticiário?” S9

➤ *Condição para atender o critério: várias vezes por semana ou mais*

3. Acompanhar notícias e informações sobre negócios

- “Com que frequência você acompanha notícias e informações sobre negócios?” S10

➤ *Condição para atender o critério: várias vezes por semana ou mais*

Buscar informações de qualidade

4. Evitar bolhas/câmaras de eco

- “Com que frequência você lê ou ouve informações ou opiniões de pessoas, mídias ou organizações das quais você geralmente discorda?” NEWS_DIS

➤ *Condição para atender o critério: um ou duas vezes por semana, ou mais*

5. Checagem de informação

- “Confirmando que a matéria é realmente verdadeira olhando várias fontes de informação” MED_SEG_OFTr15

➤ *Condição para atender o critério: semanalmente ou mais*

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: ANÁLISES COMO PLOTAMOS OS ESCORES DE COMPETÊNCIA E ÉTICA DAS INSTITUIÇÕES

Escore de competência (eixo X da função): : O escore de competência de uma instituição é a combinação das respostas que marcaram as três primeiras alternativas (CONCORDO) menos as respostas que marcaram as três últimas alternativas (DISCORDO) na pergunta. “Quanto você concorda com a seguinte afirmação? [INSTITUIÇÃO] em geral é boa no que faz?”. Então, subtraímos 50 do escore resultante para que a linha que divide as instituições mais competentes das menos competentes cruzasse o eixo Y em zero.

Escore líquido de ética (eixo Y da função): A dimensão de ética é definida por quatro itens diferentes. Para cada item, um escore final foi calculado tomando-se a porcentagem de respostas que marcaram as cinco primeiras alternativas, que representavam uma percepção positiva de ética, menos a porcentagem de respostas que marcaram as cinco últimas alternativas, que representavam uma percepção negativa de ética. O valor do eixo Y é a média desses quatro escores finais. Escores acima de zero indicam que a instituição é vista como ética.

Pergunta feita aos entrevistados:

Pensando em por que você confia ou não confia em [INSTITUIÇÃO], especifique o ponto da escala entre as duas descrições opostas em que você acha que [INSTITUIÇÃO] está. (Role a barra para indicar onde você acha que [INSTITUIÇÃO] está entre as duas extremidades de cada escala.)



DIMENSÃO	PERCEPÇÃO DE ÉTICA	PERCEPÇÃO DE FALTA DE ÉTICA
Movida por propósito	Agente altamente eficaz de mudanças positivas	Agente completamente ineficaz de mudanças positivas
Honesta	Honesta e justa	Corrupta e parcial
Visão	Tem uma visão de futuro na qual eu acredito	Não tem uma visão de futuro na qual eu acredito
Justiça	Atende aos interesses de todos com equidade e justiça	Atende aos interesses apenas de certos grupos de pessoas

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: ANÁLISES COMO CALCULAMOS A MAIOR PROPENSÃO A CONFIAR

Pedi-se aos entrevistados que avaliassem a capacidade de cada uma das quatro instituições em 12 habilidades. Então, esses escores foram usados para indicar a confiança em cada uma por meio de uma análise separada das alternativas. Os resultados permitiram que identificássemos o aumento de confiança, em pontos percentuais, associado a cada habilidade considerada como ponto forte de cada uma das quatro instituições.

Em seguida, para cada um dos comportamentos que a regressão estabeleceu como indicadores de confiança, determinamos a porcentagem de pessoas que atualmente NÃO consideram aquele comportamento específico como um ponto forte da instituição. O tamanho desse grupo foi o segundo fator a determinar o aumento potencial de confiança que ocorreria se cada instituição fosse capaz de convencer todos os entrevistados de que uma habilidade específica fosse um ponto forte. Por fim, essa porcentagem foi multiplicada pelo efeito marginal (aumento em pontos percentuais) na propensão a confiar associado com a classificação do comportamento como ponto forte da instituição. Isso resultou no potencial ganho de confiança não realizado por cada comportamento para cada instituição.

Os resultados dessa análise relativa aos cinco principais geradores de confiança em cada instituição, definidos em termos de ganho de confiança não obtido na conversão de cada habilidade em ponto forte, são mostrados no *slide*.

Pergunta feita aos entrevistados:

Pensando em [INSTITUIÇÃO] como é hoje, indique se você considera cada uma das seguintes dimensões como sendo um de seus pontos fortes ou fracos.

Lista completa de comportamentos analisados

1. **Inovação:** Encontrar maneiras novas e melhores de enfrentar desafios e atender às necessidades das pessoas.
2. **Qualidade da informação:** Ser uma fonte confiável de informação de credibilidade.
3. **Fomentar apoio público:** Fazer as pessoas se importarem com um problema e voluntariamente fazerem sua parte para resolvê-lo.
4. **Obter resultados:** Executar com êxito planos e estratégias que gerem os resultados prometidos.
5. **Exercer efetivamente seu poder:** Fazer pessoas ou organizações agirem, mesmo se elas não quiserem.
6. **Cobrar responsabilidades:** Chamar atenção e provocar crítica a instituições e pessoas envolvidas em ações antiéticas.
7. **Assumir papel de liderança:** Tomar a frente da convocação e coordenação de esforços interinstitucionais voltados à solução de problemas atuais da sociedade e de desafios que surgirem.
8. **Gerenciamento de mudanças:** Introduzir mudanças ou inovações de forma a fazer as pessoas as aceitarem, em vez de se sentirem ameaçadas ou intimidadas por elas.
9. **Pensamento e planejamento de longo prazo:** Adotar uma orientação de longo prazo para o enfrentamento de problemas que resulte no desenvolvimento de soluções permanentes, ao invés de pensar no curto prazo e gerar soluções temporárias.
10. **Comunicação e transparência:** Comunicar ao público o que está fazendo e por quê, com clareza, de forma completa e com frequência.
11. **Capacidade de trabalhar para além das fronteiras:** Obter cooperação e apoio de pessoas e organizações de outros países.
12. **Trabalhar com outras organizações e instituições:** Estabelecer relacionamentos fortes e colaborativos com outras organizações e instituições para conseguir resultados.

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: TEXTO COMPLETO DAS ALTERNATIVAS RESUMIDAS MEDOS DA SOCIEDADE

POP_EMO. Algumas pessoas dizem estar preocupadas com muitas coisas, enquanto outras dizem ter poucas preocupações. Queremos saber o que preocupa você. Especificamente, quanto você se preocupa com cada item a seguir? Indique sua resposta usando uma escala de nove pontos, em que 1 significa “Não me preocupo de forma alguma” e 9 significa “Me preocupo extremamente”.

Resumo	Texto completo
Desemprego (soma)	Automação e/ou outras inovações fazerem você perder seu trabalho Seu trabalho ser deslocado para outros países onde os salários são mais baixos Concorrentes estrangeiros mais baratos fazerem companhias como a sua fecharem as portas Não ter a qualificação e as habilidades necessárias para conseguir um emprego bom e bem-pago
Mudanças climáticas	Mudanças climáticas ocasionarem seca, aumento do nível do mar e outros desastres naturais
<i>Hackers</i> e ataques cibernéticos	<i>Hackers</i> , ataques cibernéticos e ciberterrorismo
Perde minha liberdade como cidadão	Perder alguns dos direitos e liberdades que você tem enquanto cidadão deste país
Vivenciar preconceito e discriminação	Ter experiências com preconceito, discriminação ou racismo

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: TEXTO COMPLETO DAS ALTERNATIVAS RESUMIDAS

EXPECTATIVAS RELATIVAS AOS CEOs

CEO_RSP. Em cada um dos seguintes tópicos, indique o quanto os CEOs corporativos devem ser responsabilizados por diretamente ajudar a fundamentar e moldar as discussões atuais e os debates sobre políticas públicas.

Resumo	Texto completo
Emprego/economia	Criação de empregos novos e bem-pagos Como fortalecer a economia e fazê-la crescer
Tecnologia e automação	Impacto da tecnologia e da automação nos empregos
Desigualdade salarial	Desigualdade salarial
Aquecimento global e mudanças climáticas	Aquecimento global e mudanças climáticas
Preconceito e discriminação	Preconceito e discriminação
Imigração e seu impacto no emprego	Imigração e seu impacto no emprego
Melhoria dos sistemas de educação e saúde	Melhoria do sistema de saúde Melhoria do sistema educacional
Como elevar as taxas de vacinação contra covid	Como elevar as taxas de vacinação contra covid
Quem deve ser o próximo líder do país	Quem deve ser o próximo líder do país

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: TEXTO COMPLETO DAS ALTERNATIVAS RESUMIDAS

QUESTÕES SOCIAIS

BUS_BND. Pense nas empresas enquanto instituição e em seu atual nível de engajamento para tratar necessidades e problemas da sociedade. Quando se trata de cada uma das seguintes áreas, indique se você acha que as empresas estão indo longe demais e se excedendo no que deveriam fazer, estão fazendo o tanto certo em relação a cada ação ou não estão indo longe o suficiente em suas ações e deveriam fazer mais.

Resumo	Texto completo
Mudanças climáticas	Lidar com as mudanças climáticas
Desigualdade econômica	Corrigir desigualdades econômicas, reduzir a diferença de oportunidades entre os mais ricos e os mais pobres neste país e tirar as pessoas da pobreza
Requalificação profissional	Realizar a requalificação e a capacitação da força de trabalho necessárias para manter a empregabilidade das pessoas cujo trabalho está sendo eliminado ou muito modificado pela automação e pela inteligência artificial
Acesso à saúde	Aumentar o acesso a serviços de saúde de boa qualidade
Informação de credibilidade	Controlar a disseminação mal-intencionada de informações enganosas e falsas e garantir a disponibilidade de informações confiáveis
Injustiças sistêmicas	Abordar a injustiça e a discriminação sistêmicas neste país, baseadas em raça, gênero, religião ou orientação sexual

EDELMAN TRUST BAROMETER 2022: TEXTO COMPLETO DAS ALTERNATIVAS RESUMIDAS

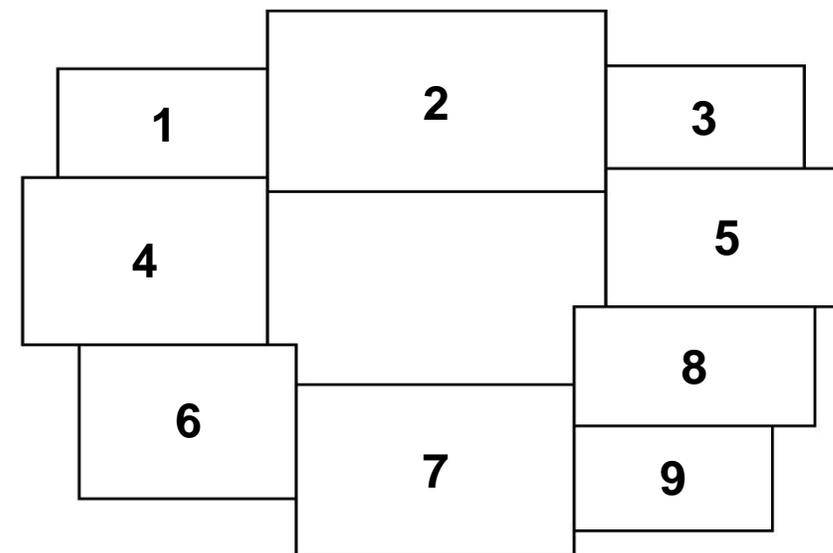
DIMENSÕES DA CONFIANÇA

CMP_ARE_[INS]. Pensando em _____ como é/são hoje, indique se você considera cada uma das seguintes dimensões como sendo um de seus pontos fortes ou fracos.

Resumo	Texto completo
Qualidade da informação	Qualidade da informação: ser uma fonte de credibilidade de informações confiáveis
Cobrar responsabilidades	Cobrar responsabilidades: atenção e provocar crítica a instituições e pessoas envolvidas em ações antiéticas
Comunicação e transparência	Comunicação e transparência: Comunicar ao público o que está fazendo e por quê, com clareza, de forma completa e com frequência
Exercer efetivamente seu poder	Exercer efetivamente seu poder: fazer pessoas ou organizações agirem, mesmo se elas não quiserem
Obter resultados	Obter resultados: executar com êxito planos e estratégias que gerem os resultados prometidos
Trabalhar com outras organizações e instituições	Trabalhar com outras organizações e instituições: estabelecer relacionamentos fortes e colaborativos com outras organizações e instituições para conseguir resultados
Assumir papel de liderança	Assumir papel de liderança: tomar a frente da convocação e coordenação de esforços interinstitucionais voltados à solução de problemas atuais da sociedade e de desafios que surgirem
Gerenciamento de mudanças	Gerenciamento de mudanças: introduzir mudanças ou inovações de forma a fazer as pessoas as aceitarem, em vez de se sentirem ameaçadas ou intimidadas por elas
Pensamento e planejamento de longo prazo	Pensamento e planejamento de longo prazo: adotar uma orientação de longo prazo para o enfrentamento de problemas que resulte no desenvolvimento de soluções permanentes, ao invés de pensar no curto prazo e gerar soluções temporárias.

CRÉDITO DAS IMAGENS DA CAPA

1. **Posse oficial do novo governo alemão:** *Sean Gallup via Getty Images*
2. **Protesto pró-Trump no Capitólio:** *Bill Clark/CQ-Roll Call, Inc via Getty Images*
3. **Veículo espacial New Shepard, da Blue Origin de Jeff Bezos, leva o bilionário e outros passageiros para o espaço:** *Joe Raedle via Getty Images*
4. **Mural desfigurado de Marcus Rashford é reparado pelo artista em Manchester:** *Christopher Furlong via Getty Images*
5. **Navio "Changci", que bloqueava o Canal de Suez, consertado e pronto para navegar:** *Zhang Jingang/ Costfoto/Barcroft Media via Getty Images*
6. **Pequim antes dos Jogos de Inverno 2022 :** *Kyodo News vis Getty Images*
7. **Spain-US-Afghanistan-Conflict-Evacuation (retirada espanhola e norte-americana do Afeganistão):** *Cristina Quicler/AFP via Getty Images*
8. **Australia-Health-Virus-Protest (protesto durante a pandemia na Austrália):** *David Gray/AFP via Getty Images*
9. **Topshot-Greece-Fire (incêndios na Grécia):** *Angelos Tzortzinis/AFP via Getty Images*



CRÉDITO DAS IMAGENS DOS SLIDES INTERNOS

Slide 4 - Governo e mídia alimentam círculo da desconfiança

Um fotógrafo tira uma foto enquanto Tedros Adhanom Ghebreyesus (na tela), diretor-geral da Organização Mundial da Saúde (WHO), fala em coletiva de imprensa em 20 de dezembro de 2021, na sede da OMS em Genebra: *Fabrice Coffrini/AFP via Getty Images*

Slide 18 - Falta de liderança faz a desconfiança ser o padrão

Manifestantes seguram cartazes com os dizeres "Traído por meu governo" durante protesto: *Belinda Jiao/SOPA Images/LightRocket via Getty Images*

Slide 29 - Colapso da confiança nos países democráticos

Apoiadores de Trump em cima de carro blindado da polícia do Capitólio enquanto outros tomam as escadas do Capitólio na quarta-feira, 6 jan. 2021, enquanto o Congresso trabalha para certificar os votos do colegiado eleitoral: *Bill Clark/CQ-Roll Call, Inc via Getty Images*

Slide 35 - Liderança social agora é função central das empresas

Funcionários instalam novos painéis solares no parque de energia solar da Kalyon Energy em Karapinar em 02 de dezembro de 2021, Turquia: *Chris McGrath/Getty Images*

Slide 45 - Rompendo o círculo da desconfiança

Mídia aplica injeção em menina: *ViewStock via Getty Images*