

A IMAGEM DA JUSTIÇA BRASILEIRA SOB A ÓTICA DE DIFERENTES ATORES

Outros temas relacionados à Administração da Justiça

Gilson Ricardo Daniel (Universidade de Brasília); Lana Montezano (Instituto Brasileiro de Ensino, Desenvolvimento e Pesquisa); Thiago Maia Sayão de Moraes (Universidade Federal de Goiás); Leonardo Ferreira de Oliveira (Universidade de Brasília); Tamilly Virissimo (Universidade do Estado de Santa Catarina)

RESUMO

Uma das formas de identificar a satisfação dos cidadãos com a qualidade dos serviços prestados pelas organizações públicas é verificar a percepção quanto à imagem organizacional (Souza et al., 2021). Dentre os macrodesafios estabelecidos na Estratégia Nacional do Poder Judiciário 2021-2026 (CNJ, 2021), tem-se o fortalecimento da relação institucional do judiciário com a sociedade, em que há previsão de realização de pesquisa de percepção e avaliação do Poder Judiciário brasileiro. A percepção é uma das tríades de perspectivas da legitimidade, acompanhada da noção de legitimidade como um processo ou atributo, e que pode ser útil à pesquisa judicial (Guimaraes et al., 2020). Neste contexto, Carvalho et al. (2022) desenvolveram uma escala de personalidade de marca pública (EPMP) que contempla atributos da percepção do cidadão em relação a organizações públicas quanto a três dimensões (eficiência, relevância e credibilidade) com 17 atributos, podendo contribuir com diagnóstico para identificar a percepção sobre a imagem institucional e, assim, aperfeiçoar pontos que viabilizem o aumento da satisfação do cidadão e melhorias nos relacionamentos com transparência e confiança. Portanto, ressalta-se a importância da percepção da sociedade quanto ao Poder Judiciário para o estabelecimento de ações mais efetivas à melhoria da visão social em relação à justiça. Neste sentido, objetivou-se identificar a percepção de diferentes atores da sociedade quanto à imagem institucional da justiça brasileira. Para tanto, foi realizada pesquisa teórico-empírica, de abordagem quantitativa, com aplicação de questionário eletrônico via Google Forms, estruturado em três partes: apresentação da pesquisa com pergunta quanto à participação voluntária; percepção quanto aos serviços prestados pelo judiciário brasileiro com três questões de múltipla-escolha e 17 itens da EPMP (Carvalho et al., 2022) e incluído o atributo transparência, mensurados em escala Likert de cinco pontos; e sete questões sobre o perfil socioprofissional do respondente. A pesquisa foi divulgada em redes sociais e, com amostragem não probabilística por conveniência, obteve-se uma amostra válida de 440 participantes voluntários. Os dados foram analisados com estatística descritiva e inferencial para comparação de grupos (teste t e ANOVA) a um nível de significância de 5%, com apoio do software livre R Studio. As maiores frequências de caracterização do perfil da amostra foram: sexo – masculino (50,2%); região geográfica – centro-oeste (43,4%); renda – acima de R\$ 10.000,00 (55,0%); escolaridade – especialização (35,0%); atuação profissional – não atua como servidor público (41,8%); tipo de servidor – Poder Executivo (49,3%) dos servidores públicos, além de terem em média 42,65 anos (DP=12,58). Quanto ao uso dos serviços do Judiciário, 81,6% já utilizaram em algum momento, com uma média de três vezes. Dos 397 participantes que responderam sobre a percepção geral acerca dos serviços do Judiciário, 52,9% indicou como serviços razoáveis, seguindo de 37,8% que consideram como ruins e apenas 9,3% como bons serviços prestados. Analisando de maneira geral, os respondentes percebem os serviços do judiciário como relevantes (M=3,84); ineficientes (M=2,43), alinhados ao estudo de Sekunda e Ridsen Junior (2022); sem credibilidade (M=2,41) e sem transparência (M=2,40) corroborando os achados de Cruz e Zuccolotto (2020). Quanto aos atributos destas dimensões, há concordância que a justiça brasileira é importante (M=4,00), essencial (M=3,86) e útil

(M=3,67). Os outros 14 atributos obtiveram médias entre 2 e 3, indicando discordância, enquanto o atributo ‘rápida’ indicou média de 1,67, demonstrando a completa discordância dos respondentes. Para identificar as percepções de diferentes grupos sociais, os respondentes foram categorizados pelas variáveis de perfil socioprofissional. Os resultados indicam que homens e mulheres têm percepções diferentes sobre os atributos de qualidade, eficiência, proatividade e confiabilidade da justiça, com média maior entre as mulheres. Entre as cinco regiões geográficas brasileiras, há consenso sobre os atributos de admirabilidade, imparcialidade, eficiência, proatividade e rapidez, todos com média abaixo de 2,5. Destaca-se que as regiões norte, centro-oeste e sul percebem o Judiciário como neutro, enquanto as regiões nordeste e sudeste tendem a discordar dos atributos elencados. Em relação à idade, os respondentes foram divididos em quatro grupos, representando os quartis da distribuição das frequências: de 18 a 33 anos, de 34 a 42, de 43 a 51 e a partir de 52 anos. Todos os grupos têm a mesma percepção, discordando que a justiça é rápida, eficiente, organizada, proativa, inovadora e inclusiva, sendo que os demais atributos apresentaram médias entre 2,50 e 2,90. As categorias de renda analisadas foram: até R\$ 5.000,00; de R\$ 5.000,00 a R\$ 10.000,00; e acima de R\$ 10.000,00. Os únicos atributos com percepções distintas foram digital, essencial e importante, com o público de maior renda apresentando maiores médias. O nível de escolaridade não apresentou influência estatisticamente significativa nas percepções, com diferença entre os grupos apenas no atributo de prestatividade. No que tange à atuação profissional, os grupos apresentaram médias diferentes de percepção de todos os atributos analisados, com destaque para os respondentes que atuam no Poder Judiciário, que indicaram a única média acima da neutralidade. Portanto, é necessário que o Poder Judiciário promova ações para melhorar a percepção da sociedade brasileira em relação à justiça do país. Este trabalho contribui em indicar possíveis melhorias sobre a percepção do judiciário pela sociedade brasileira, visto que permite, com uso da escala utilizada, uma melhor compreensão sobre como a relação institucional da justiça pode ser incrementada pelos Tribunais. Além disso, a replicação rotineira do instrumento aqui descrito pode contribuir para a identificação de setores atualmente marginalizados aos serviços judiciais, viabilizando sua inclusão e fortalecendo o acesso à justiça mediante ações específicas.

PALAVRAS-CHAVE: poder judiciário, percepção social, marca pública.

REFERÊNCIAS

- Carvalho, D., Demo, G., Scussel, F., Montezano, L., & Amazonas, B. (2022). How do public service users see public institutions? Development and validation of the public brand personality scale. *Brazilian Journal of Marketing*, 21(3), 673-700.
- Conselho Nacional de Justiça – CNJ. (2021). Monitoramento da Estratégia Nacional do Poder Judiciário do Poder Judiciário 2021-2026. Conselho Nacional de Justiça.
- Cruz, G. J. L., & Zuccolotto, R. (2020). Transparência Ativa no Judiciário: Um Estudo dos Portais Eletrônicos dos Tribunais de Justiça. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 25(82), 1-21.
- Guimaraes, T. A., Guarido Filho, E. R., & Luz, B. B. de C. (2020). Courts as organizations: Governance and legitimacy. *BAR - Brazilian Administration Review*, 17(4).
<https://doi.org/10.1590/1807-7692BAR2020200032>

Sekunda, A., & Ridsen Junior, A. E. S. (2022). O que dizem os dados? Uma análise factual da (in)eficiência do poder judiciário brasileiro. *Enfoque Reflexão Contábil*, 41(2), 171-190.

Souza, C. M., Ardigo, J. P., & Santos, A. R. (2021). A produção nacional e internacional sobre imagem corporativa no setor público. *Gestão & Sociedade*, 14(43), 4466-4496.