

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/326211567>

Valor Público: o Cidadão no Centro da Gestão Pública

Chapter · July 2018

CITATION

1

READS

1,547

3 authors:



Karen Lopes

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

7 PUBLICATIONS 13 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Marie Anne Macadar

Federal University of Rio de Janeiro

72 PUBLICATIONS 332 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



Edimara M Luciano

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

163 PUBLICATIONS 452 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



Digital Transformation Working Group - GTD.GOV (Brazil) [View project](#)



Fatores Direcionadores de Valor Público para adoção de serviços digitais pelo cidadão [View project](#)

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR
Brazilian Network Information Center

TIC GOVERNO ELETRÔNICO

Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias
de Informação e Comunicação no
Setor Público Brasileiro

2017

ICT ELECTRONIC GOVERNMENT

Survey on the Use of Information
and Communication Technologies
in the Brazilian Public Sector

Comitê Gestor da Internet no Brasil
Brazilian Internet Steering Committee
www.cgi.br

São Paulo
2018

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR / *Brazilian Network Information Center*

Diretor Presidente / CEO : Demi Getschko

Diretor Administrativo / CFO : Ricardo Narchi

Diretor de Serviços e Tecnologia / CTO : Frederico Neves

Diretor de Projetos Especiais e de Desenvolvimento / Director of Special Projects and Development :

Milton Kaoru Kashiwakura

Diretor de Assessoria às Atividades do CGI.br / Chief Advisory Officer to CGI.br : Hartmut Richard Glaser

Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.br

Regional Center for Studies on the Development of the Information Society – Cetic.br

Coordenação Executiva e Editorial / Executive and Editorial Coordination : Alexandre F. Barbosa

Coordenação Científica / Scientific Coordination : Maria Alexandra Cunha

Coordenação de Projetos de Pesquisa / Survey Project Coordination : Fabio Senne

Coordenação de Métodos Quantitativos e Estatística / Coordination of Statistics and Quantitative Methods :
Marcelo Pitta

Coordenação de Projetos Unesco / Unesco Project Coordination : Tatiana Jereissati

Coordenação da pesquisa TIC Governo Eletrônico / ICT Electronic Government Survey Coordination : Manuella
Maia Ribeiro

Equipe Técnica / Technical Team : Alessandra Almeida, Ana Laura Martínez, Daniela Costa, Isabela Bertolini
Coelho, Javiera F. Medina Macaya, José Márcio Martins Junior, Leonardo Melo Lins, Luana Thamiris de Oliveira,
Luciana Piazzon Barbosa Lima, Luciana Portilho, Maria Eugenia Sozio, Mayra Pizzott Rodrigues dos Santos,
Stefania Lapolla Cantoni e Winston Oyadomari

Gestão de Pesquisa em Campo / Fieldwork Management :

Coordenação / Coordination: IBOPE Inteligência Pesquisa e Consultoria Ltda., Helio Gastaldi,
Rosi Rosendo, Tais Magalhães e Fabio Tsunoda

Edição / Edition : Comunicação NIC.br: Caroline D'Avo, Everton Teles Rodrigues e Fabiana Araujo da Silva

Apoio Editorial / Editorial Support :

**Preparação de Texto, Arquitetura de Informação e Revisão em Português / Proofreading, Information
Architecture and Revision in Portuguese** : Magma Editorial Ltda., Aloisio Milani e Alexandre Pavan

Tradução para o Inglês / Translation into English : Prioridade Consultoria Ltda., Debora Frid,
Grant Borowik, Isabela Ayub, Lorna Simons, Luana Guedes, Luísa Caliri e Maya Bellomo Johnson

Capa / Cover : Pilar Velloso

Projeto Gráfico / Graphic Design : DB Comunicação

Editóriação / Publishing : Grappa Marketing Editorial (www.grappa.com.br)

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no setor público brasileiro [livro eletrônico] : TIC governo eletrônico 2017 = Survey on the use of information and communication technologies in the brazilian public sector : ICT electronic government 2017 / [coordenação executiva editorial/ executive and editorial coordination Alexandre F. Barbosa]. -- São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018. 3.700 KB ; PDF

Vários colaboradores.

Vários tradutores.

Edição bilíngue: português/inglês.

ISBN 978-85-5559-061-0

1. Governo eletrônico 2. Internet (Rede de computadores) – Brasil 3. Tecnologia da informação e da comunicação – Brasil – Pesquisa I. Barbosa, Alexandre F. I. Título: Survey on the use of information and communication technologies in brazilian public sector : ICT electronic government 2017.

18-16502

CDD-004.6072081

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Tecnologias da informação e da comunicação : Uso : Pesquisa
2. Pesquisa : Tecnologia da informação e comunicação : Uso : Brasil

004.6072081

004.6072081

Esta publicação está disponível também em formato digital em www.cetic.br

This publication is also available in digital format at www.cetic.br

VALOR PÚBLICO: O CIDADÃO NO CENTRO DA GESTÃO PÚBLICA¹

Karen M. Gross Lopes², Marie Anne Macadar³ e Edimara Mezzomo Luciano⁴

O DESAFIO DOS GOVERNOS

Os cidadãos estão utilizando cada vez mais recursos de tecnologia digital e vivendo em um mundo em rede, desafiando assim os governos a entregar serviços que gerem experiências que atendam as necessidades do público e aumentem seu nível de empoderamento. A população brasileira, de alguma forma, tem acompanhado essa tendência mundial. Pesquisas demonstram que, no Brasil, o cidadão está cada vez mais conectado. Mesmo em regiões mais pobres do país, a difusão de dispositivos móveis com acesso à Internet tem crescido consideravelmente. Em 2016, quase 90% dos usuários de aparelhos celulares enviavam mensagens instantâneas, e detectou-se um uso intensivo de redes sociais, em patamares que atingem 78% dos usuários de Internet (Comitê Gestor da Internet [CGI.br], 2017).

¹ Este artigo foi baseado na dissertação de mestrado “Fatores direcionadores para a criação de valor público na adoção de serviços eletrônicos pelo cidadão” (Lopes, 2016).

² Doutoranda e mestre em Administração pela Escola de Negócios da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), membro do Grupo de Pesquisa em Governança Digital e Impacto Social. Atua há mais de 30 anos em projetos de governo eletrônico (e-Gov) nas áreas de saúde, educação, segurança pública, finanças, compras e em iniciativas ligadas a serviços digitais ao cidadão, Lei de Acesso à Informação e consultas populares. Foi diretora de modernização da gestão pública na Secretaria de Planejamento do Estado do Rio Grande do Sul, onde implementou o Comitê de Governança de TIC do estado.

³ Doutora em Administração pela Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP), é mestre e bacharel em Administração pela Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (EA/UFRGS). Atualmente é *visiting scholar* na Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (Eaesp/FGV). Até 2017, foi membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Administração da PUC-RS. Em 2012, foi *visiting scholar* do Centro Tecnologia para Governo (CTG) da Universidade do Estado de Nova Iorque em Albany (Estados Unidos) e, no período 2003-2004, foi *visiting student* na Universidade de Cambridge (Inglaterra).

⁴ Pós-doutora pela Escola de Economia e Ciência Política de Londres (*Department of Management – Information Systems and Innovation*), é doutora e mestre em Administração pela UFRGS. É professora titular da Escola de Negócios da PUC-RS desde 1999 e membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Administração da mesma universidade. Lidera o Grupo de Pesquisas em Governança Digital e Impacto Social do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Atua como *minitrack chair* na The Americas Conference on Information Systems (AMCIS), como editora associada na European Conference on Information Systems (ECIS) e é líder de tema no Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Enanpad).

Conveniência, agilidade e simplicidade passam a ser considerados atributos imprescindíveis nos serviços públicos digitais, que são aqueles prestados por meio da utilização de tecnologias digitais. Contudo, os serviços ofertados ainda estão aquém do esperado. Grande parte deles não é completamente concluída no meio digital e ainda promove pouca participação cidadã (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR [NIC.br], 2018). Em nível local, a realidade ainda é pior: 17% das prefeituras brasileiras declararam ter realizado consulta pública pela Internet nos 12 meses anteriores à pesquisa TIC Governo Eletrônico 2017 e apenas 10% declararam disponibilizado iniciativas de votação *on-line* neste mesmo período (NIC.br, 2018).

A história do governo eletrônico (e-Gov) não é nova, e, agora, inicia um novo estágio. A busca pela redução de custos continua sendo fator de grande relevância para a entrega de serviços públicos, mas a adição de valor público deveria ser o principal objetivo (United Nations Public Administration Network [Unpan], 2014). Assim, o sucesso dos programas de e-Gov deve ter como base o valor criado pelos benefícios vivenciados e também pelo valor percebido pelos cidadãos que utilizam serviços eletrônicos (Alshibly & Chiong, 2015). Se, por um lado, a entrega de serviços públicos deve economizar tempo e dinheiro dos cidadãos, por outro lado, inovação em governo só faz sentido quando se entrega valor às pessoas.

Diante desse cenário, urge que os governos insiram o tema de valor público em suas agendas, para que possam, em consequência, colocar o cidadão no centro do processo. Assim, é importante discutir quais fatores promovem a criação de valor público.

Este artigo visa contribuir com o debate acerca da perspectiva de valor público no contexto brasileiro, bem como apontar recomendações para os gestores públicos quanto aos aspectos relevantes no planejamento e implementação de serviços digitais. Será apresentado um modelo que discute os fatores direcionadores de valor público em serviços digitais, a relação entre esses fatores e o impacto que causam na adoção de serviços eletrônicos para os cidadãos.

VALOR PÚBLICO: SIGNIFICADOS E FUNDAMENTOS

A criação de valor público, por meio do governo digital, não é mais uma opção. O mercado, há muito tempo, vem buscando adicionar valor na entrega de seus produtos. Disciplinas de *marketing*, finanças, estratégia, entre outras, usam com frequência o conceito de valor ou de valor agregado. Na administração pública, essa definição se torna valor público (Al-Hujran, Al-Debei, Chatfield, & Migdadi, 2015). Esse conceito não é novo, foi proposto em 1995 por Mark Moore, ao afirmar que, assim como o objetivo gerencial do setor privado é criar valor, a tarefa do gestor público é entregar valor público.

Na administração pública, o valor público surge como contraponto (Van Veenstra, 2012) ou alternativa (Stoker, 2006) à *new public management* (NPM), cujo paradigma é baseado na gestão privada e cujo foco é a eficiência e a redução de custos. Na NPM, o cidadão é tratado como cliente, e as preferências individuais agregadas consolidam o interesse público. Já pelas lentes do valor público, os cidadãos não são clientes (Alford & Hughes, 2008). O interesse público é definido pelas preferências coletivas, uma vez que os cidadãos não valorizam somente os benefícios diretos e seu autointeresse. Assim, a grande crítica à NPM é que, ao tratar os cidadãos como clientes, corre-se o risco de discriminar os primeiros e falhar nos valores democráticos de imparcialidade e igualdade (Cordella, 2007).

O mesmo ocorre no contexto do governo eletrônico: no final da década de 1990, as iniciativas da área foram impulsionadas pelas experiências do setor privado. O sucesso da adoção de racionalização organizacional e suporte às trocas eletrônicas (*e-commerce*) foram um estímulo para o engajamento do governo eletrônico nas reformas da NPM. Essas iniciativas, embora importantes em seu tempo, se tornaram limitadas ao colocar o foco (apenas) em eficiência, efetividade e resultados econômicos nas reformas do setor público, subestimando os fatores contextuais e as questões sociais e políticas de sua adoção (Cordella & Bonina, 2012).

Até 2010, o valor público era pouco explorado em estudos científicos no contexto de governo eletrônico. Desde então, o assunto tem aparecido frequentemente em revistas científicas internacionais. Atualmente, as diversas chamadas de artigos em publicações de grande impacto demonstram a relevância do tema. Já no contexto brasileiro, tanto em produções científicas quanto em iniciativas governamentais, o assunto ainda é pouco discutido.

Portanto, o debate não é apenas relevante, mas necessário. A percepção da entrega de valor público em serviços públicos digitais exige uma mudança nas práticas de gestão (Pereira, Macadar, Luciano, & Testa, 2017). Dar voz ao indivíduo e empoderá-lo, por meio de ações práticas de abertura governamental e colaboração cidadã, são caminhos para a efetividade da adoção de serviços digitais. O caminho para criar valor público é elementar e claro em relação à percepção conceitual, embora seja complexo na execução: as pessoas expressam suas preferências e necessidades, o governo usa tecnologia para melhorar a sua capacidade de entregar o que os cidadãos querem e precisam e, ao final, o valor público é criado (Unpan, 2003). Na mesma linha, os serviços precisam ser constantemente avaliados, algo que acontece em apenas 25% daqueles oferecidos pelo governo federal, segundo pesquisa da Escola Nacional de Administração Pública (Escola Nacional de Administração Pública [Enap], 2018).

Ao se debater esse tema tão emergente, não há consenso acerca do conceito de valor público (Pang, Lee, & DeLone, 2014). A literatura aponta apenas que os serviços governamentais são uma fonte de geração de valor público (Kearns, 2004). Assim, neste artigo, assumimos como conceito de valor público em serviços eletrônicos: o valor produzido pelo governo, aquele que é percebido pelos cidadãos e criado na adoção dos serviços digitais (Lopes, 2016).

OS QUATRO FATORES DIRECIONADORES DE VALOR PÚBLICO EM SERVIÇOS DIGITAIS

É necessário atentar para os fatores que promovem a criação de valor público. Neste artigo utilizamos os resultados de uma pesquisa qualitativa, a partir de um estudo de caso de um serviço digital no governo do Rio Grande do Sul visando explorar a percepção dos cidadãos quanto à entrega de valor público (Lopes, 2016). A Tabela 1 apresenta o conceito adotado para cada um dos fatores e as variáveis suportadas pela literatura pesquisada, bem como depoimentos selecionados de cidadãos e características desse público.

TABELA 1
FATORES DIRECIONADORES DE VALOR PÚBLICO

Fator direcionador de valor público	Conceito adotado	Variáveis observáveis	Depoimento ilustrativo
Colaboração cidadã	Processo de diálogo com a sociedade, colaboração cidadã no <i>design</i> e na prestação do serviço e empoderamento do cidadão.	Diálogo com a sociedade	“...nas eleições a gente só vai marcar um número, mas eles não tão perguntando porquê e quais motivos de marcarmos esse número. Aqui a gente está direcionando as respostas de forma focada”. (Não adotante do serviço público digital, 25 a 44 anos)
		Colaboração	
		Empoderamento do cidadão	
Abertura governamental	A percepção dos cidadãos quanto à abertura governamental para receber colaboração cidadã.	Transparência governamental	“Não adianta tu falar com uma porta fechada, né? Mas, se a porta estiver aberta, tu vais continuar falando. Agora, se a porta fechar, não adianta [...]. Então, se houver uma porta aberta, onde tu podes dar a tua opinião [...], tu vais dar opinião”. (Adotante do serviço público digital, 35 a 44 anos)
		Abertura para colaboração	
<i>Design</i> do e-serviço	Os aspectos relacionados ao projeto, concepção e desenho até a sua efetiva prestação do e-serviço, na perspectiva do cidadão.	Orientação para o usuário	“Um serviço muito simples de navegar. O governo tem que tomar esse cuidado, ser simples para a população. A gente deve conseguir acessar com facilidade, pois, se o site for muito complicado, a maioria das pessoas não vai usar”. (Adotante do serviço público digital, 45 a 59 anos)
		Facilidade de uso	
		Usabilidade	
Confiança dos cidadãos	A confiança no governo e a credibilidade dos canais eletrônicos por meio dos quais os serviços públicos são prestados são vistos como requisitos necessários para incentivar os cidadãos a usarem o serviço digital.	Confiança na tecnologia	“Quanto mais a gente confia mais a gente tende a colaborar, pois nos sentimos mais comprometidos. Quando a gente vê que as pessoas, o órgão ou a instituição estão comprometidos, que estão fazendo um trabalho sério, a gente também se compromete e abraça aquela causa”. (Adotante do serviço público digital, 35 a 44 anos)
		Confiança no governo	

Fonte: Lopes (2016)

É possível observar, nos depoimentos dos cidadãos entrevistados, um desejo por maior participação e por uma relação mais próxima e mais simples não apenas com os serviços, mas também com o governo.

COLABORAÇÃO CIDADÃ

A colaboração cidadã é um fator que aborda os aspectos referentes ao diálogo com a sociedade, à colaboração no *design* do serviço, à prestação do serviço e ao empoderamento do público. Considerando que o cidadão é o principal usuário dos serviços públicos, logo, ciente de suas necessidades e preferências, ele teria condições de apresentar uma visão “de fora para dentro”. Assim, dar voz ao cidadão é uma das condições fundamentais para entender e entregar valor público. Os cidadãos adotantes e não adotantes entrevistados corroboraram com a suposição de que a disposição de colaborar ocorre igualmente quando esta é relativa a benefícios coletivos, típicos do valor público, e não somente pelo autointeresse.

Se, por um lado, a pesquisa TIC Domicílios 2016 aponta que 26% dos usuários de Internet com 16 anos ou mais que não utilizaram serviços de e-Gov nos 12 meses anteriores ao estudo apontaram que dificilmente recebem retorno de suas solicitações (CGI.br, 2017) –, o caso

estudado no Rio Grande do Sul difere desse resultado, uma vez que os canais de comunicação elencados foram percebidos de forma positiva pelos entrevistados. Assim, o empoderamento é uma experiência subjetiva positiva, que resulta de uma comparação de habilidades dos usuários (ou crenças que estes têm acerca de suas próprias habilidades) em comparação às habilidades anteriores (Alshibly & Chiong, 2015).

ABERTURA GOVERNAMENTAL

A percepção dos cidadãos a respeito da disposição e da prontidão do governo para receber sua colaboração é considerada neste estudo como um fator direcionador de valor público, sendo denominada abertura governamental. Depreende-se a necessidade de que os atores governamentais estejam abertos à criação de novas formas que permitam aos cidadãos colaborarem no *design* e na prestação de e-serviços públicos. Os canais de diálogo e de colaboração também são percebidos como mecanismos de abertura governamental. Esse entendimento é expresso pelo reconhecimento da existência de canais para dúvidas, informações e, principalmente, pelo fato do atendimento ser realizado por uma pessoa (e não de maneira automatizada).

DESIGN DO E-SERVIÇO

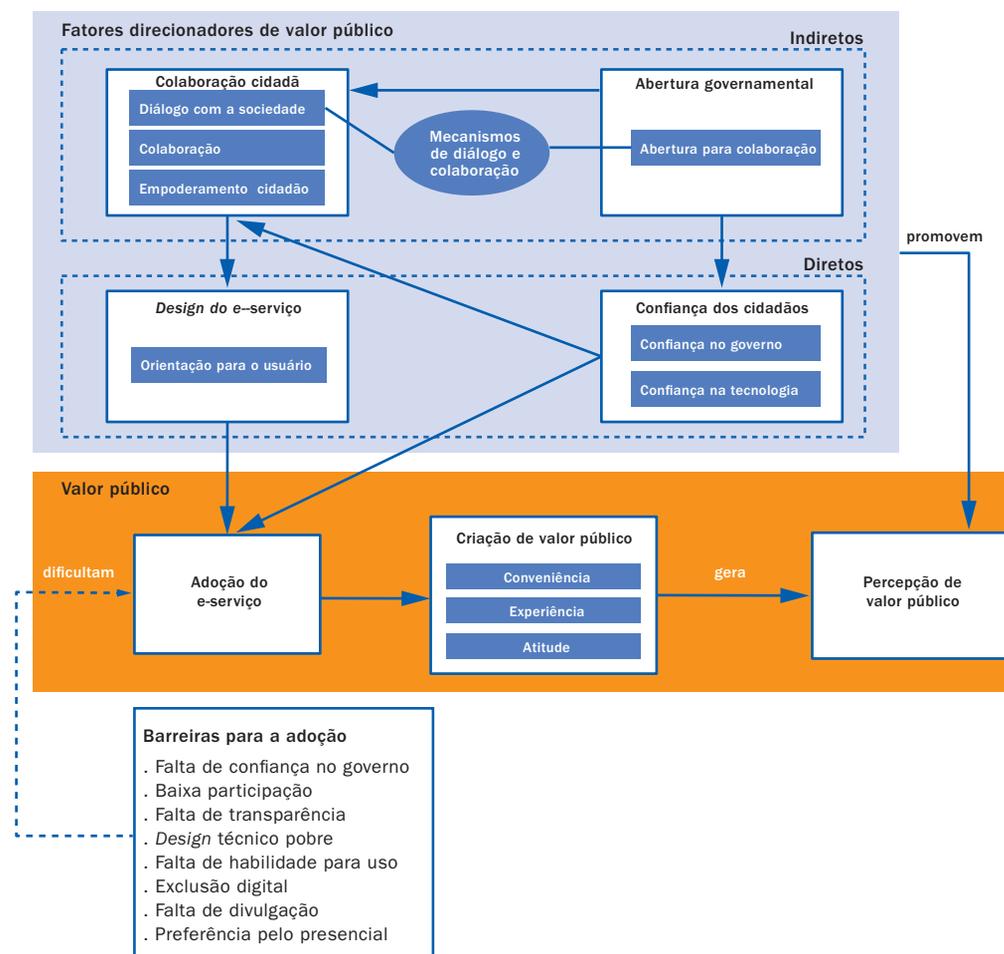
O *design* do e-serviço contempla aspectos relativos à concepção do serviço, englobando desde o seu planejamento até a forma como a prestação de serviço é realizada. Não há dúvida que a alta qualidade cria valor público, seja pela oferta do serviço (via multicanais), pela inovação na prestação (Savoldelli, Codagnone, & Misuraca, 2014; Kearns, 2004) ou pela qualidade do *design*. Desse modo, o *design* deve ser baseado na orientação para o usuário. Assim, quanto mais fácil seu uso, mais benéfico e valoroso o e-serviço será percebido pelos cidadãos (Al-Hujran et al., 2015).

CONFIANÇA DOS CIDADÃOS

A confiança dos cidadãos é um fator direcionador de valor público para a adoção de e-serviços. Ela é um elemento determinante para a criação de valor público (Al-Hujran et al., 2015). Este fator trata da credibilidade do governo diante dos cidadãos, uma vez que a confiança nas instituições governamentais é considerada como importante fonte de valor público (Kearns, 2004). Também inclui a confiança da população nos meios eletrônicos para a prestação de serviço (Alshibly & Chiong, 2015).

RELAÇÕES ENTRE OS FATORES DIRECIONADORES E A ADOÇÃO DO E-SERVIÇO

O modelo conceitual apresentado na Figura 1 é resultado de uma revisão da literatura combinada com as evidências identificadas em pesquisa realizada no Rio Grande do Sul (Lopes, 2016).

FIGURA 1
MODELO DE CRIAÇÃO DE VALOR PÚBLICO

Fonte: Elaboração das próprias autoras.

A primeira dimensão, denominada “Fatores direcionadores de valor público”, contempla os quatro fatores e suas relações. Já a segunda dimensão, chamada de “Valor público”, trata dos aspectos referentes à criação e percepção de valor público, bem como, da adoção do e-serviço.

A colaboração cidadã apresenta relação com a abertura governamental, uma vez que é influenciada pela percepção do cidadão sobre a prontidão do governo acerca de sua participação. O *design* do e-serviço está relacionado ao processo colaborativo, uma vez que trata da captura e do tratamento das necessidades dos cidadãos no que se refere aos aspectos de desenho da prestação do e-serviço. Por estar diretamente relacionado com a adoção do e-serviço (Hui & Hayllar, 2010), o *design* é considerado um fator direto no modelo. A percepção de abertura governamental pelos cidadãos influencia a confiança dos cidadãos. A percepção dos cidadãos quanto à abertura para o processo de criação de forma colaborativa gera valor público (Savoldelli et al., 2014). Se os cidadãos percebem o governo como confiável, eles vão

ampliar a sua colaboração (Meijer, 2015). A confiança dos cidadãos é considerada um fator direto de criação de valor público por ter relação direta com a adoção do e-serviço (Savoldelli et al., 2014) e influenciar o processo colaborativo.

Assim, por meio da adoção do e-serviço, o valor público é criado. A percepção de valor público ocorre somente após a criação do valor público e pode ser obtida por meio dos benefícios experienciados pelos cidadãos ao adotar o serviço (Alshibly & Chiong, 2015). Uma outra forma de percepção de valor público de um e-serviço pode ocorrer mesmo quando a criação de valor público se dá para outrem, ou seja, quando o cidadão percebe que foram estabelecidos benefícios coletivos, mas que estes não necessariamente são de seu interesse (Alford & Hughes, 2008). Por fim, as barreiras para a adoção são consideradas fatores inibidores, limitadores ou motivos para não adoção do e-serviço. Por essa razão, elas devem ser consideradas no modelo conceitual, uma vez que dificultam a criação de valor público (Meijer, 2015).

VALOR PÚBLICO NA AGENDA: RECOMENDAÇÕES AOS GESTORES PÚBLICOS

O cenário atual de adoção de serviços digitais exige uma mudança na oferta. O debate é necessário. Fica claro que o lado da oferta não é capaz de entender o lado da demanda. Ultrapassar os desafios impostos aos governos para atrair os cidadãos conectados à sociedade em rede não é uma tarefa fácil. Não se trata de preconizar o abandono dos princípios de eficiência e racionalização administrativa, mas de complementá-los com a perspectiva de “fora para dentro”, que deve estar fundamentada em uma visão centrada no cidadão, priorizando suas necessidades e preferências coletivas.

O modelo que este artigo propõe está centrado na perspectiva do valor público, o qual apresenta-se como um caminho sensato e possível, pois foca na transformação da percepção do cidadão quanto às entregas do governo à sociedade. Ele também pode ser entendido como um ponto de partida para o estabelecimento de diretrizes de governança digital, bem como uma fonte para subsidiar ações focadas em inovação e melhoria da qualidade dos serviços públicos.

Começar o planejamento pelo *design* do e-serviço, fator direto de criação de valor público, é um bom início. Características como usabilidade, conveniência, simplicidade e facilidade de uso emergiram como atributos positivos na experiência de uso na pesquisa realizada. É importante destacar que uma boa condução do processo de *design* passa necessariamente pela homologação e teste com o cidadão. Assim, mudanças no *design* e novas experiências digitais devem ser acompanhadas por métodos que englobem observação e requisitos relevantes para o cidadão. Tecnologias emergentes, como, por exemplo, Internet das Coisas, inteligência artificial ou *blockchain*, apresentam potencial altamente inovador quando associadas à oferta de e-serviços governamentais, mas elas também precisam ser consideradas na perspectiva do cidadão. Questões de privacidade e segurança de dados provenientes do cidadão precisam ser fortemente consideradas neste momento de *design* do e-serviço.

Mecanismos de diálogo podem ser implementados pela presença de ferramentas para coleta de necessidades e denúncias dos cidadãos, pela opção de recebimento de notícias, atualizações e atividades governamentais, e até mesmo pela presença de um número de telefone (Karkin & Janssen, 2014). Contudo, é necessário ter em mente a importância de canais de diálogo e

colaboração alternativos, os quais sejam distinguidos pelos cidadãos. A implantação de um *chat*, por exemplo, pode contribuir para atender uma questão cultural num contexto em que o relacionamento interpessoal é fortemente valorizado pelo público.

A busca por canais sistemáticos de interação que tenham o foco direto em serviços digitais é um desafio para os atuais gestores de TI no setor público. Assim, sugere-se aos governos intensificarem o uso de mecanismos focados em coprodução e captação de novas ideias. Nas diversas esferas governamentais brasileiras, constata-se oportunidades de ampliação dos mecanismos formais de participação e coleta de ideias (CGI.br, 2016), as quais são impostas como desafios para os governos (Meijer, 2015).

A prontidão do governo para a colaboração cidadã, apontada como um dos pilares de uma gestão pública aberta, deve ser uma constante quando se trata da percepção de confiança dos cidadãos. A confiança é um fator relevante e tem relação direta com a criação de valor público. Assim, é preciso atentar também para garantias de privacidade dos dados pessoais utilizados durante a realização do serviço digital e também para a segurança no acesso ao *site* governamental. A confiança institucional deve ser reforçada, com destaque para o papel principal do servidor público na prestação do serviço.

Estratégias e políticas podem considerar esses fatores direcionadores de valor público. Acreditamos que o sucesso na implementação de um e-serviço estará muito próximo de ser alcançado quando esses quatro fatores forem integralmente considerados nessa trajetória. Assim, os governos e a comunidade científica brasileira devem adotar uma nova perspectiva de significação governo digital, incluindo nas suas agendas a temática centrada no valor público. Num momento em que os cidadãos parecem estar mais atentos ao trabalho do poder público, também são exigidas mudanças dos serviços digitais prestados pelos órgãos governamentais. Alguns estudos mostram que o caminho para essa mudança já está mapeado. Portanto, é hora de os gestores públicos superarem os desafios que o tema impõe.

REFERÊNCIAS

- Alford, J., & Hughes, O. (2008). Public value pragmatism as the next phase of public management. *The American Review of Public Administration*, 38(2), 130-148.
- Al-Hujran, O., Al-Debei, M. M., Chatfield, A., & Migdadi, M. (2015). The imperative of influencing citizen attitude toward e-government adoption and use. *Computers in human Behavior*, 53, 189-203.
- Alshibly, H., & Chiong, R. (2015). Customer empowerment: Does it influence electronic government success? A citizen-centric perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(6), 393-404.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2016). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no setor público brasileiro: TIC Governo Eletrônico 2015*. São Paulo: CGI.br.
- Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br (2017). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2016*. São Paulo: CGI.br.
- Cordella, A. (2007). E-government: Towards the e-bureaucratic form?. *Journal of information technology*, 22(3), 265-274.

Cordella, A., & Bonina, C. M. (2012). A public value perspective for ICT enabled public sector reforms: A theoretical reflection. *Government information quarterly*, 29(4), 512-520.

Escola Nacional De Administração Pública – Enap (2018). Pesquisa sobre serviços públicos de atendimento do governo federal. Recuperado em 14 março, 2018, de <http://www.enap.gov.br/>

Hui, G., & Hayllar, M. R. (2010). Creating public value in e-government: A public-private-citizen collaboration framework in Web 2.0. *Australian Journal of Public Administration*, 69(s1), S120-S131.

Karkin, N., & Janssen, M. (2014). Evaluating websites from a public value perspective: A review of Turkish local government websites. *International Journal of Information Management*, 34(3), 351-363.

Kearns, I. (2004). *Public value and e-government*. Londres: Institute for Public Policy Research.

Lopes, K. M. G. (2016). *Fatores direcionadores para a criação de valor público na adoção de serviços eletrônicos pelo cidadão*. Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil.

Meijer, A. (2015). E-governance innovation: Barriers and strategies. *Government Information Quarterly*, 32(2), 198-206.

Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR – NIC.br (2018). *TIC Governo Eletrônico 2017: Tabelas de resultados*. Recuperado em 02 maio, 2018, de <http://cetic.br/pesquisa/governo-eletronico/indicadores>

Pang, M. S., Lee, G., & DeLone, W. H. (2014). IT resources, organizational capabilities, and value creation in public-sector organizations: A public-value management perspective. *Journal of Information Technology*, 29(3), 187-205.

Pereira, G. V., Macadar, M. A., Luciano, E. M., & Testa, M. G. (2017). Delivering public value through open government data initiatives in a smart city context. *Information Systems Frontiers*, 19(2), 213-229.

Savoldelli, A., Codagnone, C., & Misuraca, G. (2014). Understanding the e-government paradox: Learning from literature and practice on barriers to adoption. *Government Information Quarterly*, 31, S63-S71.

Stoker, G. (2006). Public value management: A new narrative for networked governance? *The American review of public administration*, 36(1), 41-57.

United Nations Public Administration Network – Unpan (2003). *World Public Sector Report 2003: E-Government at the Crossroads*, Recuperado em 01 março, 2018, de <https://publicadministration.un.org/publications/content/PDFs/E-Library%20Archives/World%20Public%20Sector%20Report%20series/World%20Public%20Sector%20Report.2003.pdf>

United Nations Public Administration Network – Unpan (2014). *United Nations e-government survey 2014: E-government for the future we want*. Recuperado em 01 março, 2018, de http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf

Van Veenstra, A. F. E. (2012). *IT-induced public sector transformation*. Tese de doutorado, Delft University of Technology, Delft. Holanda.