

Análise das relações entre motivações e tipologias de coprodução do bem público

Analysis of relationships between motivations and typologies of co-production of public goods

Antonio Gouveia Junior¹
Joacil Carlos Viana Bezerra¹
Carlos Eduardo Cavalcante¹

¹Universidade Federal da Paraíba, Programa de Pós-graduação em Administração, João Pessoa, Paraíba, Brasil

Resumo

Objetivo: Modelar as tipologias, via fatores motivacionais de coprodução do bem público.

Método/abordagem: Testagem das hipóteses de pesquisa com o auxílio de técnicas estatísticas que ajudaram a compreender o quanto as variações das tipologias podem ser explicadas pelas variações das motivações.

Contribuições teóricas/práticas/sociais: Esta pesquisa também trouxe implicações teóricas ao preencher lacunas apontadas na literatura, bem como poderá ser útil em estudos futuros sobre coprodução do bem público.

Originalidade/relevância: Verificou-se que os aspectos motivacionais e as tipologias de coprodução com potencial para fornecerem subsídios aos gestores na elaboração e implementação de políticas públicas a serem desenvolvidas em parceria com a sociedade civil.

Palavras-chave: motivação. tipologias. coprodução do bem público. modelo.

Abstract

Purpose: Model the typologies, via motivational factors of co-production of the public good.

Design/methodology/approach: Testing of research hypotheses with the aid of statistical techniques that helped to understand how much variations in typologies can be explained by variations in motivations.

Research, Practical & Social implications: This research also brought theoretical implications by filling gaps highlighted in the literature, and may also be useful in future studies on co-production of public goods.

Originality/value: It was found that the motivational aspects and types of co-production have the potential to provide support to managers in the elaboration and implementation of public policies to be developed in partnership with civil society.

Keywords: **Motivation.** motivation. typologies. co-production of the public good. model.

Introdução

Esta pesquisa tem por objetivo modelar as tipologias, via fatores motivacionais de coprodução do bem público. Espera-se fornecer subsídios aos gestores na elaboração e implementação de políticas públicas a serem desenvolvidas em parceria com a sociedade.

De início, buscou-se compreender a ocorrência do fenômeno da coprodução do bem público. Segundo Schommer et al (2011), a coprodução pode ser entendida como estratégia de produção de bens e serviços públicos em redes e parcerias, contando com o engajamento mútuo de governos e cidadãos, individualmente ou em torno de organizações associativas ou econômicas. Todavia e, a despeito do aumento de interesse pelo assunto nas últimas décadas, percebeu-se a ausência de articulação entre os conceitos na literatura.

Vale destacar que a coprodução provocou inovação na gestão pública. Para Dos-Reis e Isidro-Filho (2019), a coprodução trouxe a tona questões relacionadas à sociedade de modo geral, por meio da promoção da participação e, conseqüentemente, da cidadania. Por meio da coprodução, ainda é possível aprimorar a democracia, aumentar a confiança entre as partes envolvidas e engajar os cidadãos no ciclo de políticas públicas. Segundo Nebot et al (2020), a coprodução possibilita o desenvolvimento comunitário e político dentro da sociedade, podendo ser de grande valia nas mediações sociais e nas tentativas

de promoção da participação e cidadania no Brasil.

Assim, decidiu-se por contribuir para o melhor entendimento teórico da coprodução. Especificamente, diante das lacunas existentes, optou-se pela proposição de um modelo para coprodução do bem público, relacionando dois construtos: a motivação do cidadão e as tipologias. Diante do potencial a ser explorado, enquanto estratégia de gestão, a expectativa é que cidadãos e gestores públicos possam se beneficiar dessa pesquisa.

O envolvimento de cidadão na resolução dos problemas sociais se dá por diferentes motivos, dentre eles, o interesse próprio ou pessoal. Nesse sentido, a motivação para a coprodução é uma questão de aumentar o valor percebido por quem coproduz (Alford, 2002, 2014). E ainda, Verschuere, Brandsen e Pestoff (2012) apontaram que a motivação é uma questão importante na coprodução, pois permite conhecer as circunstâncias que levam o indivíduo a se dedicar aos serviços.

Adicionalmente, sabe-se que existem diversas maneiras possíveis de relacionamento entre Estado e cidadãos. Por essa razão, decidiu-se pelas tipologias de coprodução, considerando em seu escopo as classificações, modelos e tipos de coprodução existentes na literatura. Assim, segundo Brandsen e Honingh (2016), estudar os tipos de coprodução colabora para uma melhor compreensão do processo de coprodução e de suas conseqüências.

Logo, têm-se os aspectos motivacionais e as tipologias de coprodução com potencial para fornecerem subsídios aos gestores na elaboração e implementação de políticas públicas a serem desenvolvidas em parceria com a sociedade civil. Nesse sentido, a discussão sobre coprodução pode ser relevante, inclusive com evidências empíricas e teóricas sobre o tema.

Modelo teórico proposto

Pretende-se aqui retratar os modelos teóricos sobre motivações e tipologias de coprodução do bem público, que serão objeto de validação neste artigo. Vale ressaltar que a construção dos referidos modelos decorreram de estudos de natureza qualitativa, necessários ao melhor entendimento dos temas.

Modelo conceitual de motivação para a coprodução do bem público

Bezerra (2020) apresentou as seguintes dimensões do modelo conceitual de motivação para a coprodução do bem público: autoeficácia, natureza do serviço, sociabilidade e relevância percebida. Tais categorias são compostas de itens responsáveis por constituir o instrumento de coleta de dados a ser usado nesta pesquisa, conforme se observa no quadro 1.

Dimensão	Definição
AUTOEFICÁCIA	Percepção que os cidadãos têm sobre “fazer a diferença” ao se envolverem na prestação de um serviço ou resolução de um problema. É a capacidade do cidadão em prestar o serviço (Bovaird <i>et al</i> , 2016; Alford, 2009). Para Fledderus (2015), a coprodução dará às pessoas a sensação de que suas ações realmente têm um impacto e a autoeficácia diminuirá o sentimento de risco, vulnerabilidade e dependência dos usuários, o que influencia positivamente a confiança.
NATUREZA DO SERVIÇO	Pretende-se verificar a facilidade que os cidadãos têm de se envolverem na prestação dos serviços. Para Verschuere <i>et al</i> (2012), essa facilidade de envolvimento pode depender de vários fatores, como a distância até um prestador de serviços, se a informação sobre o serviço está ou não disponível, o tempo e o esforço que o cidadão disponibilizará na prestação do serviço. Segundo Ostrom (1996), alguns fatores são necessários para que ocorra o fenômeno da coprodução, como: regras que garantam a participação dos cidadãos; tecnologia que viabilize essa participação; e a existência de credibilidade e compromisso entre os atores envolvidos.
SOCIABILIDADE	São analisados itens que consigam mensurar a capacidade do cidadão em se associar com outros, o senso de pertencimento ou identificação com um grupo e o desejo de afiliação (Alford, 2002; Verschuere <i>et al.</i> , 2012). Alford (2009) aponta que as pessoas podem participar mesmo que isso apresente

	um custo financeiro, pois, mediante a participação, elas desfrutam da companhia, convivência e estima dos outros.
RELEVÂNCIA PERCEBIDA	Busca identificar aspectos relacionados à importância do serviço prestado, é o quanto o cidadão considera relevante o serviço para si e os outros e o quanto as atividades desenvolvidas pela organização são importantes. Estudos apontam que o cidadão estará mais motivado a participar, quanto mais relevante ele perceber o serviço (Pestoff, 2012; Van Eijk, Steen, 2015; Vanleene, Verschuere, Voets, 2017).

Quadro 1. Síntese das motivações para coprodução do bem público.

Fonte: adaptado de Bezerra (2020).

Essa é a estrutura do modelo conceitual de motivação para a coprodução do bem público. A partir disso, pode-se criar uma escala apta a mensurar a motivação dos cidadãos para as atividades de coprodução. A seguir será apresentado o outro modelo conceitual abordado neste artigo.

Modelo conceitual de tipologias de coprodução do bem público

A construção desse modelo evidencia as dimensões do construto tipologias, nas quais os itens serão agrupados para posterior desenvolvimento da escala de tipologias de coprodução. Optou-se pela criação de um modelo próprio de tipologia de coprodução, pois não foi localizado um modelo adequado na literatura com potencial para mensurar esse construto. A elaboração do modelo é fundamental para o alcance do objetivo proposto.

De partida, essa proposta assume que a coprodução do bem público ocorre fundamentalmente quando da execução/entrega dos serviços públicos, com o engajamento mútuo de Estados e cidadãos (Verschuere, Bran-

dsen & Pestoff, 2012; Brandsen & Honningh, 2016).

Adicionalmente, contemplou características de modelos anteriores, como o de Bovaird (2007), que prevê oito classificações diferentes a partir dos papéis desempenhados por profissionais e pela comunidade, bem como se inspirou nas ideias de Salm e Mene-gasso (2010) para desenvolver um modelo de coprodução dos serviços públicos.

Assim, pensou-se numa graduação em cinco níveis (Quadro 2), que varia à medida que os cidadãos desempenham um papel cada vez mais ativo na implementação dos serviços públicos em parceria com o Estado. Nesse caso, o indivíduo não pode figurar como mero receptor dos serviços prestados pelo ente público. Logo, o modelo proposto reconhece a coprodução como estratégia de gestão integradora e democrática, percebendo os cidadãos como elementos indispensáveis para o sucesso das políticas públicas, conforme Chaebo e Medeiros (2017), os usuários dos serviços públicos desempenham um papel ativo no processo de coprodução.

Tipo	Descrição
Preliminar	É o primeiro passo no sentido do compartilhamento de responsabilidades entre Estado e sociedade. Nesse nível, o envolvimento do cidadão com a execução dos serviços públicos é praticamente simbólico, pois não há efetividade, ficando restrito ao acompanhamento e anuência em relação a projetos ou outras possíveis ações do Estado, sem poder de intervenção.
Inicial	É o primeiro passo rumo ao compartilhamento de responsabilidades entre Estado e sociedade. A estratégia é envolver os cidadãos na execução de serviços públicos, porém o fluxo de informações é unidirecional (somente de cima para baixo), sem canais de negociação ou <i>feedback</i> . O cidadão é consultado para fornecer informações ou para obtenção de sua tolerância ou anuência em relação a projetos ou outras possíveis ações do Estado. O envolvimento das pessoas consiste em consultas ou respostas a perguntas formuladas pelos agentes externos, que definem os problemas e os processos de coleta de informações e, assim, controlam a análise. Esse processo consultivo pode ensejar a conscientização do cidadão, mas não oferece qualquer possibilidade na tomada de decisão e os agentes estatais não têm a obrigação de levar em conta as opiniões das pessoas. Caracteriza-se por reuniões de vizinhança, questionários, assembleias e audiências, por exemplo.
Básica	A coprodução básica avança em relação à inicial no sentido de o cidadão exercer certa influência na tomada de decisão dos agentes públicos. Sai de um nível superficial de coprodução para uma concessão limitada de poder, a qual permite aos cidadãos aconselhar os agentes estatais, mas retém na mão destes o direito de tomar a decisão final. As pessoas podem se envolver, por meio de grupos selecionados, para atender a objetivos predeterminados, relacionados a projetos específicos. Esse envolvimento pode ser interativo e envolver a tomada de decisão compartilhada, mas tende a surgir apenas depois que as principais decisões já foram tomadas, conforme os interesses do Estado. Os cidadãos podem aconselhar, mas as autoridades ainda detêm o direito de decidir. Funciona como uma forma de acalmar os ânimos da população, destinando cotas ou reservas de vagas a determinados grupos da sociedade, por exemplo.
Intermediária	A coprodução ocorre para entregar serviços públicos de maneira mais eficiente e eficaz. A eficiência é o principal estímulo para coprodução, pois os custos dos serviços tendem a diminuir com o ingresso do cidadão na sua execução. Há negociação entre Estado e cidadãos, sendo o poder redistribuído e compartilhado. Logo, as regras não são modificadas unilateralmente. As decisões são divididas e o cidadão é visto como um parceiro do Estado. Tal parceria também ocorre por meio de incentivos funcionais e materiais, o cidadão recebe ou oferece recursos para execução dos serviços públicos. A participação cidadã é vista como um direito, não apenas um meio para atingir os objetivos do projeto.
Avançada	Esse é o nível ideal de coprodução, o tipo a ser alcançado, capaz de atender aos interesses da comunidade. Esse tipo de coprodução exerce maior ou menor poder sobre o Estado, dependendo das circunstâncias e da maturidade política e democrática da sociedade. Não se trata de controle absoluto pelos

	<p>cidadãos, mas o suficiente para garantir a gestão completa de um programa, assumir responsabilidades e negociar a participação do Estado. A interação que ocorre entre cidadãos de uma mesma comunidade gera uma forma de poder que está além do poder do Estado. A comunidade tem a possibilidade objetiva de vir a exercer poder sobre o Estado. Os cidadãos desenvolvem contatos com instituições externas para obter os recursos e aconselhamento técnico de que precisam, mas mantém o controle sobre o uso dos recursos. Esse tipo contempla os ideais de empoderamento do cidadão, transparência das ações estatais e pode restabelecer a confiança do povo no Estado.</p>
--	--

Quadro 2. Modelo de tipologia de coprodução do bem público.

Fonte: elaborado pelos autores.

É importante mencionar que conhecer as tipologias pode ser útil aos gestores, pois permitem a identificação das diferentes formas de coprodução e seleção daquela que melhor se alinha aos objetivos propostos pela administração pública, funcionando como uma estratégia de gestão, atendendo à demanda da população por mais espaço na gestão.

Segundo Gouveia Junior, Bezerra e Cavalcante (2023), deve-se considerar que o referido modelo evidencia a existência de limiares entre cada uma das tipologias, que nem sempre correspondem às complexidades dos processos de coprodução. E ainda, pode haver outras tipologias com características mais ou menos “puras”, cuja distinção entre elas não seja tão clara e “pura” conforme apresentado acima. Isso se configura como uma limitação do modelo conceitual.

Portanto, este modelo teve a pretensão de dar mais um passo na direção de levar para o debate uma proposta de modelo de coprodução, resultado do interesse e esforço de pesquisadores desta temática.

Relações entre os modelos conceituais e proposição das hipóteses de pesquisa

Na sequência, apresenta-se a relação entre motivações e tipologias de coprodução. A partir disso, as hipóteses de pesquisa serão formuladas, compondo o modelo conceitual deste trabalho. Nesse sentido, busca-se verificar se a motivação do cidadão para atividades de coprodução é determinante para suas tipologias.

Para mensurar a motivação para coprodução nesta pesquisa, optou-se pela adoção do modelo conceitual proposto por Bezerra (2020). Ele possui natureza quantitativa e multidimensional, elencando quatro aspectos motivacionais: autoeficácia, natureza do serviço, sociabilidade e relevância percebida

Cada dimensão é mensurada por um conjunto de indicadores, conforme tabela 1.

A tabela 1 evidencia doze indicadores que buscam identificar as motivações para o ingresso em atividades de coprodução.

Por sua vez, as tipologias de coprodução serão mensuradas a partir do modelo conceitual aqui exposto. Assim,

esse construto será analisado de acordo com o grau de envolvimento do cidadão, classificada nas dimensões: preliminar, inicial, básica, intermediária e

avançada. De toda forma, a figura 1 reflete um esboço do modelo teórico a ser testado nesta pesquisa.

CÓDIGO	ITENS DIMENSÃO AUTOEFICÁCIA
AEF3	Tenho competência para tomar decisões nas atividades que desenvolvo
AEF4	Minha atuação melhora os serviços públicos ofertados à sociedade
CÓDIGO	ITENS DIMENSÃO NATUREZA DO SERVIÇO
NATS1	Busco organizações que prestem serviços mais fáceis de realizar
NATS5	For realizado perto da comunidade onde moro
NATS6	Exigir pouco esforço físico
NATS7	Exigir pouco esforço mental
NATS8	Eu tiver bastante tempo livre
CÓDIGO	ITENS DIMENSÃO SOCIABILIDADE
SOC1	Participo para me sentir membro ativo na sociedade
SOC3	A participação de outras pessoas na prestação do serviço é fundamental para que eu também participe
SOC4	Fazer novas amizades é importante para minha participação
CÓDIGO	ITENS DIMENSÃO RELEVÂNCIA PERCEBIDA
RELP4	For importante para um familiar
RELP5	For importante para um amigo

Tabela1. Indicadores do instrumento de motivação para coprodução.

Fonte: Bezerra (2020).

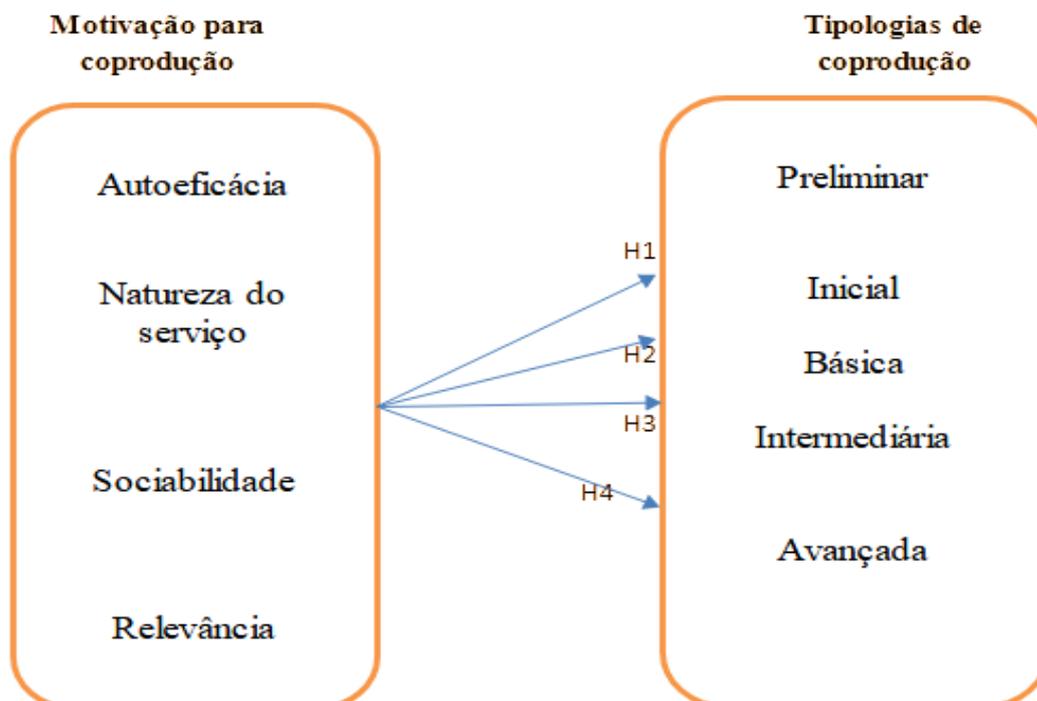


Figura1. Modelo teórico e hipóteses de pesquisa.

Fonte: elaborado pelos autores.

Com efeito, pode-se verificar teoricamente que as motivações para coprodução determinam as tipologias, conforme o grau de envolvimento dos cidadãos. A hipótese 1 (H1) verificou como autoeficácia se relacionou com as cinco tipologias de coprodução. A hipótese 2 (H2), por sua, analisou a relação da natureza do serviço com as cinco tipologias de coprodução. Da mesma forma, a hipótese 3 (H3) da sociabilidade e a hipótese 4 (H4) da relevância, checaram as relações com as tipologias de coprodução. Feitas essas considerações, são apresentadas quatro hipóteses de pesquisa, decorrentes do relacionamento entre os fatores dos dois construtos.

Adicionalmente, de acordo com o arcabouço teórico revisado e, assumindo a interdependência dos fatores, deseja-se que os quatro aspectos motivacionais atuem de maneira similar em relação aos tipos de coprodução. A ação em bloco resultará nas sub-hipóteses de pesquisa, as quais estão representadas na figura 2. As relações evidenciadas nas setas em azul representam as sub-hipóteses que tiveram correlações positivas, enquanto as setas em vermelho ilustram as sub-hipóteses que não tiveram correlações positivas.

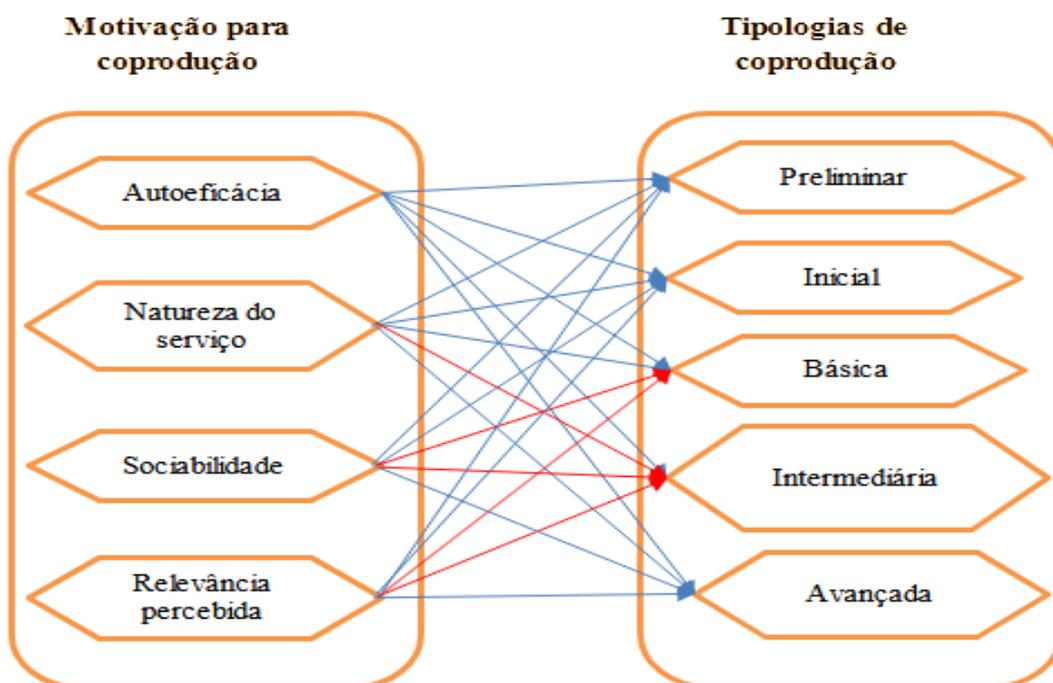


Figura2. Sub-hipóteses da pesquisa.

Fonte: elaborado pelos autores.

Essas hipóteses encontram amparo nos estudos de Brandsen e Honingh (2016), na medida em que, neles, evidenciou-se mais precisamente a relação entre as motivações e características pessoais com a natureza das atividades. Também estão respaldadas em Chaebo e Medeiros (2017), ao apontarem uma agenda de pesquisas em coprodução, relacionando dois ou mais dos conceitos apresentados, dentre os quais motivações e tipologias. Esses modelos foram formulados a partir dos estudos de motivação e tipologias de coprodução, tendo como referência o estado da arte sobre os temas.

Metodologia

Esta pesquisa tem por objetivo modelar as tipologias via fatores motivacionais de coprodução do bem público. Vislumbrou-se a hipótese de a motivação determinar o tipo de coprodução, pois se espera que o tipo de coprodução adotado seja definido pelo grau de motivação do indivíduo para atividades coproduzidas.

Nesse sentido, a criação do modelo baseado na relação entre os construtos da motivação e tipologias de coprodução passa pela mensuração, por meio do teste de relação entre dois construtos diferentes, com o fim de obter uma melhor compreensão do fenômeno da coprodução do bem público.

Assim, o trabalho de campo e aplicação do instrumento de pesquisa

ocorreu integralmente de maneira virtual, principalmente em razão do isolamento social ocasionado pela pandemia do coronavírus. A pesquisa contou com um questionário, que foi elaborado com o auxílio da plataforma Google Forms e compartilhado por meio aplicativo de mensagens instantâneas WhatsApp. A primeira coleta de dados (pré-teste) foi realizada novembro/2020, quando foram obtidas 295 respostas. Por sua vez, a segunda coleta ocorreu em janeiro/2021, quando 301 pessoas responderam ao questionário final.

Feitas essas considerações, tem-se como premissa deste estudo que as motivações dos cidadãos para coprodução determinam suas tipologias. O método de pesquisa empregado serve para estabelecer todas as relações entre motivação e tipologias de coprodução. Dessa forma, optou-se pelo uso da modelagem de equações estruturais (MEE), com o auxílio do software IBM SPSS 21 (*Statistical Package for Social Sciences*). Segundo Marôco (2010), trata-se de uma técnica estatística que busca explicar as relações entre múltiplas variáveis, compreendendo análise fatorial e regressão múltipla.

Nesse sentido, espera-se que, por meio da MEE, seja possível testar as hipóteses da pesquisa previamente estabelecidas, confirmando-as ou não. Com isso, deseja-se modelar os construtos de motivação e tipologias de coprodução, bem como explicar o conjunto das suas relações.

Descrição e Análise de Dados

A análise dos dados coletados ao longo da pesquisa vai verificar a relação existente entre os aspectos motivacionais e as tipologias de coprodução, por meio das técnicas estatísticas descritas anteriormente. Pretende-se, com isso, verificar o grau de relacionamento entre os dois construtos, bem como compreender o quanto as variações das tipologias podem ser explicadas pelas variações das motivações.

Assim, as hipóteses da pesquisa foram testadas com a amostra de 295 respondentes decorrentes da segunda coleta de dados, são elas:

H1: As motivações de autoeficácia potencializam tipologias;

H2: As motivações de natureza do serviço favorecem tipologias;

H3: As motivações de relevância percebida estimulam tipologias; e

H4: As motivações de sociabilidade impulsionam tipologias.

Para uma melhor operacionalização das regressões, foram relacionados os quatro fatores de motivação aos cinco fatores de tipologias, totalizando vinte análises. Assim, cada sub-hipótese do modelo foi testada, sendo confirmada ou não a existência da relação. As análises foram realizadas em blocos, tendo como referência cada fator que compõe o construto motivação, enquanto preditor das tipologias, relacionando-se com as cinco dimensões do construto tipologias de coprodução. A

seguir, as hipóteses e sub-hipóteses do modelo serão analisadas com auxílio do software IBM SPSS AMOS 21.

HIPÓTESE 1: “AS MOTIVAÇÕES DE AUTOEFICÁCIA POTENCIALIZAM TIPOLOGIAS”?

A primeira hipótese consiste na relação existente entre a dimensão “autoeficácia” de motivação e o construto “tipologia de coprodução do bem público”. A partir disso, desdobra-se em cinco sub-hipóteses que passam a analisar a relação da “autoeficácia” com cada um dos fatores do construto tipologia (“intermediária”, “inicial”, “avançada”, “básica” e “preliminar”).

A “autoeficácia” é a percepção dos cidadãos de que “as pessoas podem fazer a diferença” se envolvendo em um serviço ou problema (Bovaird et al, 2016; Van Eijk & Steen, 2016; Uzochukwu & Thomas, 2018). Espera-se descobrir em que grau ocorre as relações apontadas em cada sub-hipótese e em que tipo de coprodução melhor se encaixam aqueles cidadãos motivados pelo espírito da autoeficácia.

Para isso, foram extraídas a covariância, correlação, erro ou desvio-padrão e p-valor dos itens referentes aos fatores analisados em cada sub-hipótese. Com base nos valores apresentados, será possível constatar o resultado significativo ou não significativo para a relação proposta como sub-hipótese. Assim, foram usadas basicamente as técnicas de regressão e correlação que estão estreitamente relacionadas, a

fim de mensurar o grau de relacionamento entre as duas variáveis. A tabela 2 expõe os resultados das relações de H1.

Observou-se que a covariância é positiva, indicando que as variáveis tendem a variar na mesma direção. Por sua vez, a correlação (r), que faz uma normalização da covariância, quando

maior que zero indica uma relação linear positiva. Além disso, calculou-se o coeficiente de determinação (r^2), que se destina a informar sobre a capacidade do modelo em explicar o comportamento de uma variável em relação à outra.

REGRESSÕES LINEARES			Estimativa	S.E.	C.R.	Estimativa	Sig. p-valor
			Ñ Padr			Padr	
			(Covariância)				(Correlação)
PRELIMINAR	←	AUTOEFICÁCIA	0,258	0,089	2,907	0,202	0,004
INICIAL	←	AUTOEFICÁCIA	0,506	0,065	7,838	0,562	0,000
BÁSICA	←	AUTOEFICÁCIA	0,338	0,051	6,625	0,459	0,000
INTERMED.	←	AUTOEFICÁCIA	0,204	0,028	7,390	0,523	0,000
AVANÇADA	←	AUTOEFICÁCIA	0,396	0,047	8,41	0,606	0,000

Tabela 2: Indicadores do instrumento de motivação para coprodução.

Fonte: Bezerra (2020).

As análises decorrentes das relações previstas na sub-hipótese H1a constataram que a tipologia “preliminar” pode ser explicada em 4,08% pela motivação “autoeficácia”. E ainda, a sub-hipótese H1a foi confirmada pelo p-valor < 0,004, resultado significativo: “autoeficácia” explica “tipologia preliminar”, Sig. p-valor = 0,004 < $\alpha=0,05$.

Na sequência, analisou-se a sub-hipótese H1b e observou-se uma correlação positiva de 0,562, logo o valor de r^2 foi de 31,58%. Isso quer dizer que a motivação “autoeficácia” explica a tipologia “inicial” em 31,58%. Adicionalmente, a sub-hipótese foi confirmada

pelo p-valor < 0,001, resultado significativo: “autoeficácia” explica “tipologia inicial”, Sig. p-valor = 0,000 < $\alpha=0,001$.

Em seguida, examinou-se a sub-hipótese H1c e constatou-se que a tipologia “básica” é explicada em 21,06% pela motivação “autoeficácia”. Complementarmente, a sub-hipótese H1c foi confirmada pelo p-valor < 0,001, resultado significativo: “autoeficácia” explica “tipologia básica”, Sig. p-valor = 0,000 < $\alpha=0,001$.

Dando continuidade, a relação entre “autoeficácia” e “tipologia intermediária” que representa a sub-hipótese H1d, apresentou valor de r^2 encontrado foi de 27,35%, o que significa que a tipologia “intermediária” pode ser explicada pela motivação “autoeficácia”

nesse percentual. Aditivamente, o p-valor $< 0,001$, aponta para resultado significativo: Sig. p-valor = $0,000 < \alpha=0,001$, aceitando ou confirmando esta sub-hipótese. α

Por último, a relação entre a motivação “autoeficácia” e a tipologia “avançada” de coprodução, expressa na sub-hipótese H1e, apresentou valor de r^2 foi de 36,72%. Esse é o percentual que a motivação “autoeficácia” explica a tipologia “avançada”. Ainda tem-se que a sub-hipótese foi confirmada pelo p-valor $< 0,001$, resultado significativo: Sig. p-valor = $0,000 < \alpha=0,001$.

Portanto, a hipótese H1 “as motivações de autoeficácia potencializam tipologias” foi integralmente confirmada. Os itens do fator “autoeficácia” se relacionaram com todas as dimensões do construto tipologia de coprodução do bem público. As cinco sub-hipóteses (H1a, H1b, H1c, H1d e H1e) foram aceitas com resultados significativos.

Assim, a hipótese H1 começa a respaldar os estudos de Brandsen e Hoinigh (2016), que vislumbraram mais precisamente a relação entre as motivações e características pessoais com a natureza das atividades. E ainda, o estudo de Bovaird et al (2016), que apontou que os indicadores de coprodução individual e coletiva tendem a ser maiores quando os cidadãos possuem um forte senso da diferença que as pessoas podem fazer quando se envolvem na prestação de serviços (autoeficácia), ganha amplitude e se aplica aos demais tipos de coprodução.

À primeira vista, a “autoeficácia” é um bom preditor para os cinco tipos de coprodução previstos nesta pesquisa, sendo a tipologia “avançada” aquela que apresentou o maior coeficiente de determinação ($r^2 = 36,72\%$), ou seja, ela é explicada em 36,72% pelas motivações de “autoeficácia”. Vale adiantar que a “autoeficácia” foi a única dimensão de motivação a confirmar todas as sub-hipóteses. Destacam-se Chaebo e Medeiros (2017), que apontaram o papel ativo dos usuários dos serviços públicos no processo de coprodução.

Isso pode ser muito útil para os gestores que estejam interessados em estimular atividades de coprodução, pois, de antemão, já sabem que aqueles indivíduos motivados pelo espírito da “autoeficácia” estarão dispostos a se envolver em qualquer tipo de coprodução. Como a proposta era apontar os tipos de coprodução recomendados para os cidadãos motivados pelo espírito da autoeficácia, pode-se constatar que as tipologias: “avançada”, “inicial”, “intermediária” e “básica”, nesta ordem, podem ser mais bem explicadas pelas motivações de “autoeficácia”. Por sua vez, a tipologia “preliminar” foi mais bem explicada pelas motivações de “natureza do serviço”, que será discutida adiante.

Portanto, recomenda-se aos gestores dispostos a utilizar a coprodução na execução de serviços que estimulem motivações de “autoeficácia” junto aos cidadãos interessados em se envolver, pois são esperados altos índices de efi-

cácia para as tipologias “inicial”, básica”, “intermediária” e “avançada”. Logo, quando observadas motivações de “autoeficácia”, o gestor pode se valer de quatro dos cinco tipos de coprodução propostos nesta pesquisa com grandes chances de alcançar os resultados esperados.

HIPÓTESE 2: “AS MOTIVAÇÕES DE NATUREZA DO SERVIÇO FAVORECEM TIPOLOGIAS”?

A natureza do serviço está relacionada à facilidade existente para o envolvimento dos cidadãos na prestação de serviços, que, segundo Uzochukwu e Thomas (2018), pode sofrer interferência do Estado, por meio mecanismos que possam facilitar ou dificultar esse

envolvimento, que influenciam diretamente na motivação do cidadão para atividades de coprodução. A hipótese 2 “as motivações de natureza do serviço favorecem tipologias” será testada, a fim de desvendar como ocorrem as relações previstas em cada sub-hipótese. A Tabela 3 trouxe os resultados das relações de H2.

Na sequência, serão analisadas as cinco sub-hipóteses relacionadas à H2. Inicialmente, examinou-se a sub-hipótese H2a, constatando-se que a tipologia “preliminar” é explicada em 15,05% pela motivação “natureza do serviço”. Adicionalmente, a sub-hipótese H2a foi confirmada pelo p-valor < 0,001, resultado significativo: “natureza do serviço” explica “tipologia preliminar”, Sig. p-valor = 0,000 < $\alpha=0,001$.

REGRESSÕES LINEARES			Estimativa N	S.E.	C.R.	Estimativa	Sig.
			Padr			Padr	
			(Covariância)			(Correlação)	
PRELIMINAR	←	NATUREZA	0,547	0,106	5,155	0,388	0,000
INICIAL	←	NATUREZA	0,200	0,073	2,728	0,191	0,006
BÁSICA	←	NATUREZA	0,161	0,064	2,529	0,181	0,011
INTERMEDIÁRIA	←	NATUREZA	0,023	0,031	0,743	0,055	0,458
AVANÇADA	←	NATUREZA	0,108	0,053	2,046	0,151	0,041

Tabela 3: Estimativas e p-valor da hipótese H2.

Fonte: elaborado pelos autores.

Dando continuidade, a sub-hipótese H2b apresentou baixa correlação positiva de 0,191. Em decorrência disso, o valor de r² foi de 3,64%. Esse é o percentual que a motivação “natureza do serviço” explica a tipologia “inicial”. E ainda, tem-se que a sub-hipótese foi

confirmada pelo p-valor < 0,01, resultado significativo: Sig. p-valor = 0,006 < $\alpha=0,01$.

Por sua vez, a relação entre a motivação “natureza do serviço” e a tipologia “básica” expressa na sub-hipótese

H2c apresentou baixa correlação positiva 0,181. Com isso, o valor de r^2 ficou em 3,27%, o que significa que a tipologia “básica” pode ser explicada em 3,27% pela motivação “natureza do serviço”. Ademais, a sub-hipótese H2c foi confirmada pelo p-valor $< 0,05$, resultado significativo: Sig. p-valor = 0,011 $< \alpha=0,05$.

Dando continuidade, a relação entre “natureza do serviço” e “tipologia intermediária” representada pela sub-hipótese H2d registrou correlação positiva muito baixa de 0,055. O valor de r^2 encontrado foi de 0,30%, o que significa que a tipologia “intermediária” pode ser explicada pela motivação “natureza do serviço” nesse percentual. Além disso, o p-valor = 0,458, aponta para resultado não-significativo: Sig. p-valor = 0,458 $> \alpha=0,05$, o que não aceita ou confirma esta sub-hipótese.

Por último, analisou-se a sub-hipótese H2e também foi observada uma baixa correlação positiva de 0,151, fazendo com que o valor de r^2 ficasse em 2,28%. Isso significa que a motivação “natureza do serviço” explica a tipologia “avançada” em apenas 2,28%. De resto, a sub-hipótese foi confirmada pelo p-valor $< 0,05$, resultado significativo: Sig. p-valor = 0,041 $< \alpha=0,05$.

Assim, a hipótese H2 “as motivações de natureza do serviço favorecem tipologias” foi parcialmente confirmada. Os itens do fator “natureza do serviço” se relacionaram com quatro das cinco dimensões do construto tipologia de coprodução do bem público, o que representam 80% de confirmação.

As quatro sub-hipóteses (H2a, H2b, H2c e H2e) foram aceitas com resultados significativos.

No entanto, esses números precisam ser relativizados, tendo em vista os baixos níveis de explicação oferecidos à maioria das tipologias. Portanto, as relações que apresentaram baixos coeficientes de determinação devem ser tratadas com muita cautela, pois não é possível garantir altos índices de eficácia para esses casos.

Dessa forma, pode-se enxergar a “natureza do serviço” como um bom preditor apenas para o tipo “preliminar” de coprodução, pois foi aquela que apresentou o maior coeficiente de determinação ($r^2 = 15,05\%$), ou seja, ela é explicada em 15,05% pelas motivações de “natureza do serviço”. Destaca-se que a “natureza do serviço” foi a dimensão de motivação que melhor explicou a tipologia “preliminar”, enquanto que as demais tipologias foram mais bem explicadas pelas motivações de “autoeficácia”.

A tipologia “intermediária” foi a única não confirmada ou aceita pelas motivações de “natureza do serviço”. A sub-hipótese H2d “natureza do serviço” explica tipologia “intermediária” apresentou resultado não significativo para p-valor = 0,458. Todavia, mesmo as tipologias “inicial”, “básica” e “avançada” tendo apresentado estatisticamente resultados significativos, constatou-se um baixo grau nessas relações, com pouca explicação das motivações de “natureza do serviço” para os referidos tipos de coprodução.

Com isso, pode-se deduzir que à medida que os serviços se tornam mais complexos, os cidadãos se mostram menos interessados em se envolver nas atividades de coprodução. Por isso, observou-se uma boa explicação para o nível preliminar e dificuldade para se aceitar as demais sub-hipóteses. Vale destacar Ostrom (1996), que apontou fatores necessários para a ocorrência da coprodução, como as regras que garantam a participação dos cidadãos; tecnologia que viabilize essa participação; e a existência de credibilidade e compromisso entre os atores envolvidos.

Essa é mais uma informação de grande valia para os gestores interessados em estimular atividades de coprodução. Deve ser ressaltado aos gestores que eles podem esperar um alto índice de eficácia apenas para o tipo “preliminar” de coprodução, enquanto que para os demais tipos é preciso usá-los com certa cautela, preferencialmente acompanhados de outras informações, sob o risco de não alcançar o resultado esperado. Dessa forma, recomenda-se que, quando constatadas apenas motivações de “natureza do serviço”, seja adotado o tipo “preliminar” de coprodução, pois, nesse caso, são maiores as probabilidades de sucesso da atividade coproduzida.

Por fim, a tipologia “intermediária” não pode ser explicada pelas motivações de “natureza do serviço”. Esse fato também pode ser detectado nas

motivações de “relevância percebida”, que será analisado na sequência.

HIPÓTESE 3: “AS MOTIVAÇÕES DE RELEVÂNCIA PERCEBIDA ESTIMULAM TIPOLOGIAS”?

A “relevância percebida” se propõe a mensurar a percepção do cidadão acerca da importância do serviço e da entidade prestadora. Segundo Pestoff (2012), o envolvimento do indivíduo acontecerá se aquele serviço for realmente importante para ele, seus familiares ou amigos e de que forma o resultado afetará a todos eles.

Dessa forma, parte-se da hipótese de que os cidadãos tendem a se envolver ainda mais em atividades de coprodução quando perceberem que os resultados decorrentes disso serão importantes para eles.

Na sequência, serão analisadas as cinco sub-hipóteses relacionadas à H3. A Tabela 4 sintetizou os valores obtidos das relações decorrentes dessa hipótese.

REGRESSÕES LINEARES		Estimativa N	S.E.	C.R.	Estimativa	Sig.
		Padr			(Correlação)	
PRELIMINAR	← RELEVÂNCIA	0,190	0,058	3,287	0,204	0,001
INICIAL	← RELEVÂNCIA	0,082	0,040	2,053	0,129	0,040
BÁSICA	← RELEVÂNCIA	0,030	0,034	0,867	0,054	0,386
INTERMEDIÁRIA	← RELEVÂNCIA	0,015	0,018	0,865	0,055	0,387
AVANÇADA	← RELEVÂNCIA	0,074	0,030	2,417	0,154	0,016

Tabela 4: Estimativas e p-valor da hipótese H3.

Fonte: elaborada pelos autores.

Inicialmente, examinou-se a sub-hipótese H3a e constatou-se que a tipologia “preliminar” é explicada em 4,16% pela motivação “relevância percebida”. Além disso, a sub-hipótese H3a foi confirmada pelo p-valor $< 0,05$, resultado significativo: “relevância percebida” explica “tipologia preliminar”, Sig. p-valor = $0,001 < \alpha=0,05$.

Dando continuidade, a sub-hipótese H2b evidenciou uma baixa correlação positiva de 0,129. Em consequência disso, o valor de r^2 foi de 1,66%. Esse é o percentual que a motivação “relevância percebida” explica a tipologia “inicial”. Ademais, tem-se que a sub-hipótese foi confirmada pelo p-valor $< 0,05$, resultado significativo: Sig. p-valor = $0,040 < \alpha=0,05$.

Na sequência, a relação expressa na sub-hipótese H3c revelou uma correlação positiva muito baixa de apenas 0,054. Com isso, o valor de r^2 ficou em 0,29%, o que significa que a tipologia “básica” pode ser explicada em 0,29% pela motivação “relevância percebida”. De resto, a sub-hipótese H3c apresentou resultado não-significativo: Sig. p-

valor = $0,386 > \alpha=0,05$, não aceitando ou confirmando esta sub-hipótese.

Em seguida, a sub-hipótese H3d apresentou baixíssima correlação positiva de 0,055. Consequentemente, o valor de r^2 foi de 0,30%. Esse é o percentual que a motivação “relevância percebida” explica a tipologia “intermediária”. Além do mais, tem-se que a sub-hipótese H3d apresentou resultado não-significativo: Sig. p-valor = $0,387 > \alpha=0,05$, não aceitando ou confirmando esta sub-hipótese.

Por último, verificou-se que a sub-hipótese H3e possui correlação positiva de 0,154. Logo, o valor de r^2 foi de 2,37%. Esse é o percentual que a motivação “relevância percebida” explica a tipologia “avançada”. Ainda, tem-se que a sub-hipótese foi confirmada pelo p-valor $< 0,05$, resultado significativo: Sig. p-valor = $0,016 < \alpha=0,05$.

Assim, a hipótese H3 “as motivações de relevância percebida estimulam tipologias” também foi parcialmente confirmada. Os itens do fator “relevância percebida” se relacionaram com três das cinco dimensões do construto tipologia de coprodução do bem

público, o que representam 60% de confirmação. As três sub-hipóteses (H3a, H3b e H3e) foram aceitas com resultados significativos.

No entanto, esses números precisam ser relativizados, tendo em vista os baixos níveis de explicação oferecidos a essas tipologias. Portanto, como essas relações apresentaram baixos coeficientes de determinação, elas também devem ser tratadas com bastante cuidado, tendo em vista que não há garantias de altos índices de eficácia para esses casos. Por isso, deve-se considerar os estudos apontam que o cidadão estará mais motivado a participar, quanto mais relevante ele perceber o serviço (Pestoff, 2012; Van Eijk & Steen, 2015; Vanleene; Verschuere & Voets, 2017).

Com isso, a “relevância percebida” se mostrou um preditor razoável para três tipos de coprodução (“preliminar”, “inicial” e “avançada”), sendo a tipologia “preliminar” aquela que apresentou o maior coeficiente de determinação ($r^2 = 4,16\%$), ou seja, ela é explicada em 4,16% pelas motivações de “relevância percebida”, ainda muito baixo. Observou-se um fato semelhante ao que ocorreu na H2, com relação à explicação dos níveis iniciais de tipologias de coprodução.

Observou-se que as três sub-hipóteses confirmadas estatisticamente apresentaram baixos índices de correlação e coeficiente de determinação, o que significa que as tipologias “preliminar”, “inicial” e “avançada” não são bem explicadas pelas motivações de “relevân-

cia percebida”. Esse fato não é suficiente para rejeitar as sub-hipóteses, mas pode ensejar novos estudos para aprofundar a questão e verificar em quais tipos de coprodução os indivíduos motivados por fatores de “relevância percebida” podem ser mais bem aproveitados.

A partir disso, os gestores interessados em estimular atividades de coprodução podem contar com as motivações de “relevância percebida” para estimular principalmente o tipo “preliminar” de coprodução. No entanto, os gestores devem ser alertados que as motivações de “relevância percebida” não garantem altos índices de eficácia para as tipologias de coprodução previstas no modelo desenvolvido neste trabalho.

Assim, recomenda-se bastante cautela quando constatadas apenas motivações de “relevância percebida”, pois é possível que não seja obtido o resultado esperado dependendo da tipologia empregada. Sugere-se ao gestor disposto a realizar atividades com o emprego da coprodução, a combinação das motivações de “relevância percebida” a outros aspectos motivacionais (“autoeficácia”, “natureza do serviço” e “sociabilidade”), de modo a aumentar as probabilidades de sucesso dos resultados esperados, conforme a tipologia empregada.

Por fim, as tipologias “básica” e “intermediária” não puderam ser explicadas pelas motivações de “relevância percebida”. O mesmo ocorreu para as

motivações de “sociabilidade”, que será analisada a seguir.

HIPÓTESE 4: “AS MOTIVAÇÕES DE SOCIABILIDADE IMPULSIONAM TIPOLOGIAS”?

A sociabilidade está relacionada ao sentimento de pertencer ou se identificar com um grupo e o prazer associado à interação com outras pessoas. De acordo com Vanleene, Verschuere e Voets (2016), movidos pelo desejo de pertencer e socializar com outras pessoas, os cidadãos tendem a se envolver em atividades de coprodução. Busca-se descobrir quais os tipos de coprodução são adequados às motivações de sociabilidade.

Na sequência, as sub-hipóteses relacionadas à H4 serão analisadas. Essas informações estão demonstradas na Tabela 5.

A relação expressa na sub-hipótese H4a apresentou correlação positiva 0,333 (a maior entre os fatores analisados nesse grupo). Com isso, o valor de r^2 ficou em 11,08%, o que significa que a tipologia “preliminar” pode ser explicada em 11,08% pela motivação “sociabilidade”. E ainda, a sub-hipótese H4a foi confirmada pelo p-valor $< 0,001$, resultado significativo: Sig. p-valor = $0,000 < \alpha=0,001$.

Em continuação, a sub-hipótese H4b evidenciou correlação positiva de 0,138. Consequentemente, o valor de r^2 foi de 1,90%. Esse é o percentual que a motivação “sociabilidade” explica a tipologia “inicial”. Além disto, tem-se que a sub-hipótese foi confirmada pelo p-valor $< 0,05$, resultado significativo: Sig. p-valor = $0,035 < \alpha=0,05$.

REGRESSÕES LINEARES			Estimativa N Padr (Covariância)	S.E.	C.R.	Estimativa Padr (Correlação)	Sig. p-valor
PRELIMINAR	←	SOCIABILIDADE	0,359	0,108	3,337	0,333	0,000
INICIAL	←	SOCIABILIDADE	0,176	0,084	2,107	0,138	0,035
BÁSICA	←	SOCIABILIDADE	0,079	0,068	1,165	0,072	0,244
INTERMEDIÁ- RIA	←	SOCIABILIDADE	-0,006	0,017	-0,365	-0,023	0,715
AVANÇADA	←	SOCIABILIDADE	0,110	0,060	2,197	0,143	0,028

Tabela 5: Estimativas e p-valor da hipótese H4.

Fonte: elaborada pelos autores.

Dando continuidade, a relação destacada na sub-hipótese H4c constatou correlação positiva muito baixa de

0,072. O valor de r^2 encontrado foi de 0,51%, o que significa que a tipologia

“básica” pode ser explicada pela motivação “sociabilidade” nesse percentual. Ademais, o p-valor = 0,244, aponta para resultado não-significativo: Sig. p-valor = 0,244 > $\alpha=0,05$, o que não aceita ou confirma esta sub-hipótese.

Por sua vez, a análise da sub-hipótese H4d apontou correlação negativa de 0,023. Logo, o valor de r^2 foi de 0,05%. Esse é o percentual que a motivação “sociabilidade” explica a tipologia “intermediária”. Aditivamente, tem-se que a sub-hipótese H4d apresentou resultado não-significativo: Sig. p-valor = 0,715 > $\alpha=0,05$, não aceitando ou confirmando esta sub-hipótese.

Finalmente, a sub-hipótese H4e trouxe correlação positiva de 0,143, que fez com que o coeficiente de determinação (r^2) ficasse em 2,04%. Isso significa que a motivação “sociabilidade” explica a tipologia “avançada” em apenas 2,04%. Ainda a sub-hipótese foi confirmada pelo p-valor < 0,05, resultado significativo: Sig. p-valor = 0,028 < $\alpha=0,05$.

Com isso, a hipótese H4 “as motivações de sociabilidade impulsionam tipologias” também foi parcialmente confirmada. Assim como na “relevância percebida”, os itens do fator “sociabilidade” se relacionaram com três das cinco dimensões do construto tipologia de coprodução do bem público, representando 60% de confirmação. As sub-hipóteses H4a, H4b e H4e foram aceitas com resultados significativos.

No entanto, esses números precisam ser relativizados, tendo em vista os baixos níveis de explicação oferecidos à maioria dessas tipologias. Assim

como na H2, para as relações que apresentaram baixos coeficientes de determinação é preciso certa precaução, pois não é possível garantir altos índices de eficácia para esses casos. Talvez isso possa ser explicado segundo Alford (2009), que apontou que as pessoas podem participar mesmo que isso apresente um custo financeiro para elas, pois, mediante a participação, elas desfrutam da companhia, convivência e estima dos outros. Logo, aparentemente, as noções de cidadania ficam em segundo plano.

Assim, a “sociabilidade” também pode ser caracterizada como um preditor razoável para três tipos de coprodução (“preliminar”, “inicial” e “avançada”), sendo a tipologia “preliminar” aquela que apresentou o maior coeficiente de determinação ($r^2 = 11,08\%$), ou seja, ela é explicada em 11,08% pelas motivações de “sociabilidade”. Os tipos “inicial” e “avançada”, ainda que tenham apresentado estatisticamente resultado significativo para relação com as motivações de sociabilidade, não conseguem ser bem explicados por esse fator.

Portanto, assim como na H3, aconselha-se a combinação das motivações de “sociabilidade” com outros aspectos motivacionais (“autoeficácia”, “natureza do serviço” e “relevância percebida”), a fim de aumentar as chances de eficácia dos serviços prestados, de acordo com a tipologia adequada.

Com isso, os gestores têm em mãos o resultado do teste de vinte sub-

hipóteses relacionadas a aspectos motivacionais e tipologias de coprodução. Houve a confirmação de quinze sub-hipóteses, que representam 75% do total. Deve-se destacar que as motivações de “autoeficácia” tiveram todas as sub-hipóteses confirmadas. E ainda, que as tipologias “preliminar”, “inicial” e “avançada” foram confirmadas em todos os aspectos motivacionais.

Constatou-se que as quatro hipóteses de pesquisa foram confirmadas, porém apenas a hipótese H1 “as motivações de autoeficácia potencializam tipologias” pode ser aceita integralmente com resultado significativo para suas cinco sub-hipóteses. Adicionalmente, observou-se que as tipologias “preliminar”, “inicial” e “avançada” apresentaram bons resultados quando relacionadas aos quatro aspectos motivacionais. Isso significa esses três tipos de coprodução podem ser aplicados qualquer que seja a motivação do cidadão para se envolver em atividades de coprodução do bem público.

Sobre as cinco sub-hipóteses não confirmadas ou aceitas, recomenda-se que estudos futuros examinem mais a fundo as tipologias “básica” e “intermediária”. Principalmente essa última que somente apresentou resultado significativo para as motivações de “autoeficácia”, enquanto a outra tipologia não se relacionou com as motivações de “relevância percebida” e “sociabilidade”.

Considerações Finais

Esta pesquisa teve por objetivo modelar as tipologias, via fatores motivacionais de coprodução do bem público. Chegou-se à conclusão de que os aspectos motivacionais funcionam como bons preditores para as tipologias de coprodução do bem público. Especificamente, as motivações de autoeficácia foram aquelas que apresentaram relações mais consistentes com os cinco tipos de coprodução propostos nesta pesquisa.

Numa visão ampla, buscou-se traçar uma relação entre o que motiva o cidadão a se envolver em atividades de coprodução e as tipologias adequadas para isso. Esperava-se confirmar as quatro hipóteses da pesquisa, porém apenas uma foi confirmada integralmente, enquanto as demais foram confirmadas parcialmente. Nenhuma hipótese foi rejeitada, mas podem ser mais bem investigadas, a fim de se obter uma melhor compreensão de como ocorre a relação aqui estudada.

Esses aspectos são fundamentais para ter a possibilidade de se estimular o exercício da cidadania, por meio da coprodução do bem público. Logo, quando se conhece o que motiva o cidadão a se envolver em atividades de coprodução, é possível estimular o envolvimento e elevar os níveis de cidadania, pensando no tipo de coprodução adequado a cada aspecto motivacional. Essas informações podem ser utilizadas principalmente por gestores públicos

que estiverem interessados em estimular atividades de coprodução.

Esta pesquisa também trouxe implicações teóricas ao preencher as lacunas apontadas por Brandsen e Honingh (2016), no que se refere à relação entre as motivações e características pessoais com a natureza das atividades. E, ainda, aquela citada por Chaebo e Medeiros (2017), que relaciona dois ou mais dos conceitos apresentados, dentre os quais motivações e tipologias. Assim, esta pesquisa poderá ser útil em estudos futuros sobre coprodução do bem público. Além do ineditismo deste trabalho, há contribuições para a área da administração, especificamente no que se refere à gestão de pessoas e gestão pública.

Dessa forma, torna-se possível identificar o que motiva cada cidadão interessado em se envolver em atividades de coprodução, por meio de análises preditivas, e definir onde cada um pode ser melhor aproveitado, conforme as necessidades específicas de cada projeto. Isso é fundamental para o sucesso da empreitada, pois, do contrário, escolhas equivocadas podem ocasionar alguns transtornos e prejuízos para a gestão, como por exemplo o insucesso da política pública, envolvendo inclusive o desperdício de recursos financeiros.

A contribuição para gestão pública se concentra principalmente na experiência da execução de serviços em conjunto com os cidadãos. A troca de conhecimentos e a valorização de cada agente envolvido no processo fez com que as mudanças e conquistas sejam

ainda mais significativas. Isso tudo contribui para processo democrático e conscientização dos cidadãos para o exercício da cidadania.

No entanto, sabe-se que as escolhas realizadas nesta pesquisa, apresentaram limitações, as quais são reconhecidas e evidenciadas, indicando sempre que necessário a complementação ou aprofundamento dos estudos com análises qualitativas mais detalhadas.

Outra limitação da pesquisa consiste na limitação de tempo e nas amostras obtidas nas duas coletas de dados, tendo em vista que foram obtidas exclusivamente por meio eletrônico com o auxílio do Google Forms e do aplicativo de mensagens Whatsapp. Os respondentes não pertenciam necessariamente a um grupo ou área específica. Logo, vislumbra-se como possibilidade de pesquisa futura a aplicação destes instrumentos a um grupo ou localidade específica.

É pertinente recordar que esta pesquisa foi realizada considerando a conjuntura de formação do estado brasileiro, a construção das noções de cidadania e das relações entre Estado e sociedade civil. Logo, quando aplicada ou comparada a outros contextos, os resultados desta pesquisa devem ser relativizados.

Portanto, não houve a pretensão de se esgotar o assunto ou apresentar uma resposta definitiva para o problema de pesquisa. Aqui, iniciou-se uma discussão, a qual cabe um maior aprofundamento de natureza qualita-

tiva trazendo à tona os fatores históricos, econômicos, políticos, sociais e culturais que moldaram a sociedade brasileira ao longo dos anos.

Além disso, recomenda-se que estudos futuros realizem uma revisão geral dos itens dos instrumentos utilizados nesta pesquisa, de modo a deixá-los mais enxutos e objetivos. Outra possibilidade de investigação no futuro está relacionada à análise das relações que apresentaram baixos índices de correlação e coeficiente de determinação.

Referências

- Alford, J. (2002). Why do public-sector clients coproduce? Toward a contingency theory. *Administration & Society*, 34(1), 32–56.
- Alford, J. (2009). *Engaging public sector clients: From service delivery to coproduction*. Palgrave Macmillan.
- Alford, J. (2014). The multiple facets of co-production: Building on the work of Elinor Ostrom. *Public Management Review*, 16(3), 299–316.
- Bezerra, J. C. V. (2020). *Motivação para coprodução do bem público: Construção de uma escala* (Dissertação de mestrado, Universidade Federal da Paraíba).
- Bovaird, T. (2007). Beyond engagement and participation: User and community coproduction of public services. *Public Administration Review*, 67(5), 846–860.
- Bovaird, T., et al. (2016). Activating collective co-production of public services: Influencing citizens to participate in complex governance mechanisms in the UK. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 47–68.
- Brandsen, T., & Honingh, M. (2016). Distinguishing different types of coproduction: A conceptual analysis based on the classical definitions. *Public Administration Review*, 76(3), 427–435.
- Chaebo, G., & Medeiros, J. J. (2017). Reflexões conceituais em coprodução de políticas públicas e apontamentos para uma agenda de pesquisa. *Cadernos EBAPE.BR*, 15(3), 615–628.
- Dos-Reis, M. C. A., & Silva Filho, A. I. (2019). Inovação em serviços e a coprodução no setor público federal brasileiro. *Administração Pública e Gestão Social*, 12(1).
- Fledderus, J., & Honingh, M. (2016). Why people co-produce within activation services: The necessity of motivation and trust—An investigation of selection biases in a municipal activation programme in the Netherlands. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 69–87.
- Gouveia Junior, A., Bezerra, J. C. V., & Cavalcante, C. E. (2023). Tipologias de coprodução do bem público: Uma proposta de escala.

- Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 21, e82156.
<https://doi.org/10.19094/contextus.2023.82156>
- Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações*. Report Number.
- Nebot, C. P., et al. (2020). Coproducción e incidencia de la sociedad civil en la política de residuos sólidos en Belém, Amazonia. *Administração Pública e Gestão Social*, 12(2).
- Ostrom, E. (1996). Crossing the great divide: Coproduction, synergy, and development. *World Development*, 24(6), 1073–1087.
- Pestoff, V. (2012). Co-production and third sector social services in Europe: Some concepts and evidence. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), 1102–1118.
- Salm, J. F., & Menegasso, M. E. (2010). Proposta de modelos para a coprodução do bem público a partir das tipologias de participação. In *Anais do XXXIV Encontro Científico de Administração da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD)* (CD-ROM).
- Schommer, P. C., et al. (2011). Coprodução e inovação social na esfera pública em debate no campo da gestão social. In P. C. Schommer & R. F. Boullosa (Eds.), *Gestão social como caminho para a redefinição da esfera pública* (Vol. 5, pp. 31–70). Udesc Editora.
- Uzochukwu, K., & Thomas, J. C. (2018). Who engages in the coproduction of local public services and why? The case of Atlanta, Georgia. *Public Administration Review*, 78(4), 514–526.
- Van Eijk, C., & Steen, T. (2014). Why people co-produce: Analyzing citizens' perceptions on co-planning engagement in health care services. *Public Management Review*, 16(3), 358–382.
- Van Eijk, C., & Steen, T. (2016). Why engage in co-production of public services? Mixing theory and empirical evidence. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 28–46.
- Verschuere, B., Brandsen, T., & Pestoff, V. (2012). Co-production: The state of the art in research and the future agenda. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), 1083–1101.
- Vanleene, D., Verschuere, B., & Voets, J. (2016). The democratic quality of coproduction: A theoretical review and initial research design.

Antonio Gouveia Junior (agouveiajunior@gmail.com)* trabalhou na pesquisa e coleta de dados, elaboração do artigo, análise e discussão dos resultados.

Joacil Carlos Viana Bezerra (joacilcarlosviana@gmail.com) trabalhou na pesquisa e coleta de dados, análise e discussão dos resultados.

Carlos Eduardo Cavalcante (cavalcanteeduardo@gmail.com) trabalhou na orientação de toda pesquisa, revisão de texto e demais adequações necessárias.

*Autor-correspondente.

Data de Submissão: 19/07/2024 Data de Aprovação: 11/02/2025.

Editor-Chefe: Diogo Henrique Helal.

Editor Adjunto: Bruno Melo Moura.

Esta obra está licenciada sob uma Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional (CC BY NC 4.0). Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do trabalho, para fins não comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito pela criação original. Texto da licença: https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.pt_BR.

Direitos autorais das pessoas autoras, 2025. Licenciado sob Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0). Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito pela criação original. Texto da Licença: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>