

**Fatores que Afetam a Satisfação do Cidadão com o Portal da Transparência e a sua Relação com a Percepção de Confiança na Administração Pública**

**CLÁUDIO ANTONIO AMARAL MORAES**  
FUCAPE BUSINESS SCHOOL

**ROGERIO DIAS CORREIA**

# FATORES QUE AFETAM A SATISFAÇÃO DO CIDADÃO COM O PORTAL DA TRANSPARÊNCIA E A SUA RELAÇÃO COM A PERCEPÇÃO DE CONFIANÇA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

## 1 INTRODUÇÃO

A lei exige que o setor público no Brasil disponibilize informações de interesse coletivo, por meio dos portais da transparência, de fácil compreensão, com ferramentas para acesso e análise do conteúdo (BRASIL, 2011). Para que tais informações possam produzir os efeitos desejados, é preciso observar questões essenciais. Harrison *et al.* (2012) afirmam que se os dados não forem importantes para o cidadão, a transparência não gera confiança. Para Lourenço (2015), a credibilidade é obtida se houver acesso a benefícios sociais.

Sandoval-Almazan e Steibel (2013) constataram que o *design* de sites de transparência no Brasil e no México baseia-se numa comunicação unidirecional que só atende aos critérios legais. Lourenço (2015) relatou que os portais da Austrália, Canadá, França, Nova Zelândia, Estados Unidos e Reino Unido são meros repositórios de informações sem transparência.

Tais estudos verificaram a adequação dos portais a padrões pré-definidos, havendo carência de pesquisas sobre a satisfação a partir da percepção do cidadão. Assim, há uma lacuna na literatura no sentido de avaliar tal questão. Nota-se, ainda, a oportunidade de pesquisar a associação entre a satisfação do cidadão com o portal e a confiança na administração pública.

O estudo aborda *accountability*, *New Public Management (NPM)*, *e-government*, confiança na administração pública, usabilidade, informatividade, eficácia da informação e satisfação cidadã. Orienta sobre referências do *disclosure* no *e-government* e aperfeiçoa a literatura acerca da transparência pública, com base na percepção do cidadão.

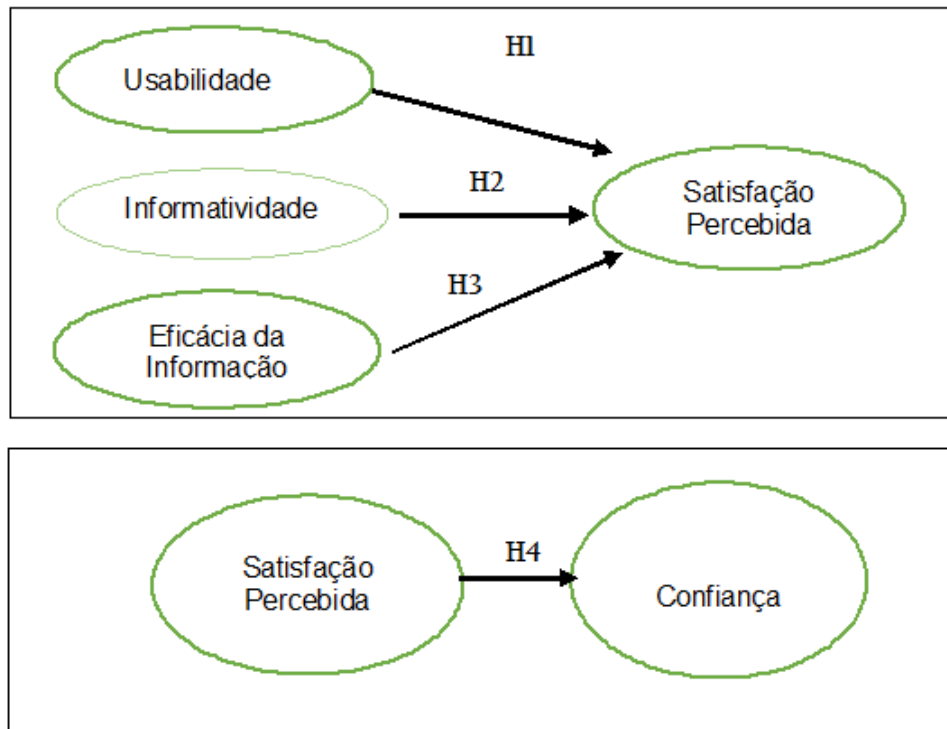
## 2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

### 2.1 NEW PUBLIC MANAGEMENT, ACCOUNTABILITY E TRANSPARÊNCIA

Obter eficiência (HOOD, 1995) é um dos objetivos do New Public Management (NPM), que defende a implantação, no setor público, de padrões de gestão privada (LAPSEY, 2009). No Brasil, o NPM influenciou mudanças no setor público, nos anos 90, tendo o controle social como pilar, aliado à busca por resultados e foco no cliente (MATIAS-PEREIRA, 2008).

Em todo o mundo, os governos usam a tecnologia para viabilizar esse controle (TURSUNBAYEVA; FRANCO; PAGLIARI, 2017), facilitando a prestação de contas, a responsabilização e o desempenho público (BERTOT; ESTEVEZ; JANOWSKI, 2016). Considerados o patamar inicial na escala de maturidade dos serviços públicos digitais (BERTOT; ESTEVEZ; JANOWSKI, 2016), os portais da transparência são priorizados no *e-government* (TURSUNBAYEVA; FRANCO; PAGLIARI, 2017) e podem funcionar como geradores de influência do desempenho do setor público (FOX, 2015).

A administração pública no Brasil vem disponibilizando informações à sociedade via portais da transparência, porém isso não significa que haja o controle e empoderamento social previstos com o *e-government* (BERTOT; ESTEVEZ; JANOWSKI, 2016). O simples cumprimento da lei, com a disponibilização de informações, pode não gerar a sensação de satisfação do cidadão ou mesmo de confiança na administração (HAZELL, WORTHY, 2010). Nesse contexto, são necessárias pesquisas que verifiquem a satisfação do cidadão com os portais da transparência do setor público e o seu impacto na percepção de confiança na administração pública. Assim, propõe-se o modelo (Figura 1) que inclui cinco fatores: confiança, satisfação, usabilidade, informatividade e eficácia da informação.



**Figura 1. Modelo empírico**  
 Fonte: Elaboração própria

## 2.2 A CONFIANÇA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

A confiança em instituições públicas integra a regra das sociedades democráticas (DAVOUDPOUR; REZAPOUR, 2016) e está associada à confiança nos websites do e-government (TEO; SRIVASTAVA; JIANG, 2008). A falta de transparência pública pode provocar desconfiança sobre o cumprimento das obrigações institucionais (VALLE, 2014). Assim, obter credibilidade social é um atributo que as organizações buscam atualmente (COSTA JÚNIOR; COSTA, 2014).

Neste estudo mensura-se a variável confiança percebida, a partir das dimensões de competência e honestidade, adaptando-se os conceitos de Davoudpour e Rezapour (2016). Para esses autores, a competência refere-se à percepção de que a instituição é capaz, eficaz, habilidosa ou profissional em suas decisões, enquanto a honestidade implica na percepção de que organização é fiel aos seus compromissos e comunica a verdade.

## 2.3 USABILIDADE

A usabilidade do *site* influencia a intenção de uso (BELANCHE; CASALÓ; GUINALÍU, 2012). Cinco dimensões estatisticamente significantes na satisfação do cidadão com o *website* foram definidas por Venkatesh, Hoehle e Aljafari (2017): *hardware* e *software*, *homepage*, tela, rolagem de página e experiência de usuário.

Belanche, Casaló e Guinalíu (2012) afirmam que as organizações devem focar em estruturas simples. Problemas de *design* do portal podem afetar negativamente a experiência de navegação e o acesso ao conteúdo, refletindo na insatisfação do usuário (VENKATESH; HOEHLE; ALJAFARI, 2017).

Bertot, Estevez e Janowski (2016) afirmam que os sites devem ter mapas visuais, pesquisa avançada e acesso a dados abertos. Venkatesh, Hoehle e Aljafari (2017) recomendam a adoção de *design* adaptado a qualquer resolução de tela, *links* e mecanismos que demonstrem o progresso de navegação compreensivelmente e informes de ajuda.

Neste estudo, adota-se a abordagem de usabilidade de Venkatesh, Hoehle e Aljafari (2017) e Belanche, Casaló e Guinalú (2012). Verifica-se a associação entre percepção de usabilidade e satisfação com o site a partir das dimensões de *hardware* e *software*, *homepage*, tela, rolagem de página e experiência de usuário (H1):

**H1. Havendo aumento da usabilidade percebida do *website*, também será incrementada a percepção de satisfação com o portal da transparência.**

## 2.4 GRAU DE INFORMATIVIDADE

A informatividade relaciona-se com a capacidade em disponibilizar informações que facilitem o processo de busca e avaliação no site (CHEN; WELLS, 1999; RICHARD, 2005; KIM, 2010). São as informações ricas e úteis contidas em sites de comércio on line que levam à percepção dos consumidores de que são engenhosos e interessantes, aumentando, assim, a sua atenção nesses ambientes virtuais (GAO; BAI, 2014).

Nesta pesquisa utiliza-se a escala referente ao construto elaborado por Chen e Wells (1999) adaptado pela proposta de Gao e Bai (2014). Esses estudos, ao validá-lo, revelaram que a informatividade é um fator relevante na constituição do ambiente *web* e que promove respostas sociais e psicológicas positivas do usuário do *website*, que pode ser mensurada pela compreensibilidade, profissionalismo, engenhosidade e utilidade. Propõe-se verificar a existência da relação entre grau de informatividade e a percepção de satisfação (H2):

**H2. O grau de informatividade percebida do *website* está positivamente associado com a satisfação com o mesmo.**

## 2.5 EFICÁCIA DA INFORMAÇÃO

Os portais da transparência não podem ser meros repositórios (SANTOS; FERREIRA JÚNIOR, 2017). O desafio é convertê-los em comunicação de credibilidade e efetiva com o cidadão (COSTA JÚNIOR; COSTA, 2014). Para Bertot e Janowski (2016), o setor público deve fornecer dados em múltiplos formatos. Gruman (2012) aponta o uso de linguagem cidadã para superar as dificuldades da escolarização, analfabetismo digital e tecnicismo.

Gao e Bai (2014) definiram características desse construto: conveniência, exatidão, tempestividade, integridade, atualidade e relevância. Para eles, quando as informações do site correspondem aos objetivos do usuário, este desenvolve uma atitude favorável. Assim, utiliza-se a escala proposta por Gao e Bai (2014), para verificar a existência de uma relação entre a eficácia da informação e a percepção de satisfação com o portal, conforme a hipótese H3:

**H3. O grau de eficácia da informação percebida no *website* está positivamente associado com a satisfação com o mesmo.**

## 2.6 A SATISFAÇÃO PERCEBIDA COM O PORTAL DA TRANSPARÊNCIA

Pesquisas sobre *websites* constataram a influência de certos elementos na satisfação do consumidor (BELANCHE; CASALÓ; GUINALÚ, 2012). Há poucas investigações sobre a satisfação do cidadão com portais públicos (VENKATESH; HOEHLE; ALJAFARI, 2017), sendo necessárias pesquisas nesse sentido (DAVOUDPOUR; REZAPOUR, 2016).

Para Gao e Bai (2014), a satisfação em sites de compra é uma avaliação afetiva da experiência do cliente com o consumo *on line*. No ambiente virtual, os usuários têm expectativas de encontrar facilidades para suas compras (BELANCHE; CASALÓ; GUINALÚ, 2012). Esse Modelo de Confirmação das Expectativas tem sido aplicado com base no paradigma da confirmação/desconfirmação (CHONG, 2013). O autor propôs a sua utilização conjunta com o Modelo de Aceitação de Tecnologia, no m-commerce, concentrando-se na usabilidade, prazer, facilidade de uso, desempenho e utilidade percebida.

Este estudo adaptou a proposta, usando-se a escala referente ao construto proposto por Teo, Srivastava, Jiang (2008) para verificar os efeitos diretos da satisfação na confiança (H4):

#### H4. Aumentando a satisfação percebida pelo cidadão com o portal da transparência, também será incrementada a percepção de confiança no setor público.

O Quadro 1 apresenta a definição dos fatores investigados no presente estudo.

Variável	Definição	Autor
Confiança	Julgamento subjetivo e coletivo de que a administração pública é competente, honesta e cumpridor dos compromissos em atender às necessidades dos cidadãos.	Davoudpour, Rezapour (2016)
Usabilidade	O grau em que o usuário percebe os seguintes aspectos no <i>website</i> : a) facilidade de compreensão da estrutura, suas funções, interface e conteúdos; b) simplicidade de uso em suas etapas iniciais; c) velocidade com que pode encontrar o que busca; d) facilidade de navegação: tempo exigido e ação necessária para obter os resultados desejados; e) capacidade de controlar o que é executado e de se localizar no site em qualquer momento.	Belanche, Casaló, Guinalfú (2012)
Informatividade	A capacidade de um website em disponibilizar um montante de informações úteis que facilitem o processo de busca e avaliação do seu conteúdo, passando o site a ser percebido como informativo, inteligível, profissional, engenhoso e útil.	Gao, Bai (2014)
Eficácia da informação	É a informação qualificada pelos atributos de exatidão, atualização, integridade, relevância e pertinência ao ser fornecida aos usuários do <i>website</i> .	Gao, Bai (2014)
Satisfação	Reação afetiva de avaliação que emerge como resposta da percepção, pelo cidadão, acerca da diferença entre o que foi recebido e as suas expectativas com o desempenho, o esforço e as condições facilitadoras no uso de tecnologia do governo eletrônico.	Teo, Srivastava, Jiang (2008)

**Quadro 1. Definições das variáveis avaliadas**

Fonte: Elaborado pelo autor.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 COLETA DE DADOS

Para alcançar o objetivo deste trabalho, utilizou-se um modelo empírico aferido por meio de pesquisa quantitativa, descritiva, com corte transversal, dados primários e subjetivos.

A população habilitada a participar foram eleitores entre 16 e 70 anos. Adotou-se amostragem por conveniência, com maioria de professores, pesquisadores, profissionais de comunicação, contabilidade e administração da rede federal de educação profissional, resultando numa amostra de 350 indivíduos, por meio não probabilístico e aleatório.

Coletaram-se os dados de 07.12.2017 a 17.01.2018, via questionário eletrônico elaborado com *google docs*, enviado por *e-mail* e redes sociais. O questionário, acessível *online* iniciou-se com apresentação do pesquisador e objetivos, com disponibilização de *link* de acesso ao portal da transparência federal. Duas questões de controle identificaram a condição de eleitor e de ocorrência de acesso prévio ao portal em ocasião anterior à pesquisa.

A segunda parte do questionário compôs-se 30 perguntas para mensuração de 5 construtos. Utilizaram-se 10 questões relativas à confiança, 7 sobre usabilidade, 5 sobre informatividade, 4 para eficácia da informação e 4 para medição de satisfação (Quadro 1). Elas estruturam-se com escala *Likert* (1 – discordo totalmente, 2 – discordo parcialmente, 3 – nem concordo, nem discordo, 4 – concordo parcialmente, 5 – concordo totalmente), para mensurar a relação das variáveis. Adaptaram-se construtos validados em pesquisas anteriores sobre consumidores em sites de compras *on line*. Finalizou-se o questionário com 7 questões de caracterização sócio demográfica (gênero, faixa etária, estado civil, escolaridade, renda mensal familiar, etnia e o tipo de hardware utilizado para o acesso).

Fez-se pré-teste com 10 indivíduos e, feitos os ajustes semânticos após o *feed-back*, disponibilizou-se o questionário à amostra. Obtiveram-se 350 respostas, com 3 descartes (pois os respondentes não eram eleitores). Outros 38 indivíduos não responderam a todas as questões, tendo 309 observações sido consideradas válidas para a análise.

### 3.2 MODELO

Registraram-se os dados coletados via *software Stata Statistics/Data Analysis*, utilizando-se dados numéricos para representação direta das percepções subjetivas dos indivíduos sobre os fatores estudados. Fez-se análise estatística com análise de correlação entre variáveis, teste-t e duas regressões lineares. Com a estatística descritiva, alcançaram-se as médias e desvio padrão de cada variável, apontando-se a percepção dos cidadãos sobre os indicadores. Fez-se, ainda, análise de elação entre variáveis dependentes, independentes.

Em seguida, efetuaram-se testes de diferenças de média comparando os resultados obtidos com as variáveis de controle geração e acessibilidade anterior. O controle de acessibilidade junto aos respondentes verificou se já haviam acessado o portal em outra ocasião ou se o acessaram pela primeira vez durante a pesquisa. Foi efetuada, ainda, uma análise de acordo com a diferença geracional, pelas diferentes aptidões na relação tecnológica.

Após, realizaram-se testes de regressão linear para avaliar a relação entre as variáveis independentes usabilidade (USA), informatividade do site (INF) e a eficácia da informação (EFI), com a variável dependente satisfação do cidadão com os portais da transparência (SAT), conforme aplicação da equação de regressão a seguir descrita.

$$Satisfação = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \sum_i^8 \beta_i Controles_i + \epsilon$$

Em que  $X_1 = Usabilidade$ ,  $X_2 = Informatividade$  e  $X_3 = Eficácia da informação$ .

$\sum_i^8 \beta_i Controles_i$  representa o somatório das variáveis de controle socioeconômicas constantes da Tabela 1 e  $\epsilon$  representa o erro padrão.

Em seguida, verificou-se a relação direta entre SAT e a percepção de confiança na Administração Pública (CONFI), com aplicação da equação de regressão a seguir descrita.

$$Confiança = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \sum_i^8 \beta_i Controles_i + \epsilon$$

Em que  $X_1 = Satisfação com o portal$  e  $\sum_i^8 \beta_i Controles_i$  representa o somatório das variáveis de controle socioeconômicas constantes da Tabela 1 e  $\epsilon$  representa o erro padrão.

Foi efetuada, também, a avaliação do ajuste geral da regressão pelo valor do R-squared (coeficiente de determinação) para quantificar o percentual que mensura tal relação.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

Evidencia-se que a maioria da amostra da pesquisa tem formação educacional elevada, estabilidade financeira, maior presença no ambiente da internet e que já conhecia, previamente, o portal da transparência. Portanto, infere-se que a amostra é qualificada e detém, em tese, condições de compreender e avaliar o portal (Tabela 1).

**TABELA 1 - RESUMO DA CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA**

<b>QUESTÕES</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>QTDE</b>	<b>%</b>
<b>TÍTULO DE ELEITOR</b>	Sim	309	99,0
	Não	3	1,0
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>ACESSO PRÉVIO AO PORTAL</b>	Sim	231	74,0
	Não	81	26,0
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>GÊNERO</b>	Feminino	122	39,1
	Masculino	190	60,0
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>ESTADO CIVIL</b>	Solteiro	108	34,6
	Casado	157	50,3
	Separado	4	1,3
	Divorciado	18	7,0
	União estável	22	5,8
	Viúvo	3	1,0
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>GERAÇÃO</b>	Antes de 1945	1	0,3
	Entre 1945 a 1961	26	8,3
	Entre 1962 a 1977	110	35,3
	Entre 1978 a 1994	136	43,6
	Entre 1995 a 2009	39	12,5
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>ESCOLARIDADE</b>	Ensino Fundamental	3	1,0
	Ensino Médio/Técnico	47	15,1
	Ensino Superior	71	22,7
	Pós-Graduação	185	59,3
	Outros	6	1,9
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>RENDA MENSAL FAMILIAR</b>	Até 3 salários mínimos	45	14,4
	De 3 a 10 salários mínimos	164	52,6
	De 10 a 20 salários mínimos	82	26,3
	Acima de 20 salários mínimos	21	6,7
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>ETNIA</b>	Preto	36	11,5
	Pardo	147	47,1
	Branco	125	40,1
	Amarelo	4	1,3
	Indígena	0	0,0
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>
<b>PLATAFORMA DE ACESSO</b>	Computador	134	43,0
	Notebook	79	25,3
	Tablet	0	0,0
	Celular	99	31,7
	<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Desenvolvida pelo autor com dados obtidos pelo *software Stata Statistics*

#### 4.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

A estatística descritiva dos construtos propostos no modelo da pesquisa apresentou os resultados abaixo:

TABELA 2 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Itens dos Construtos	Número Respondentes	Média	Desvio Padrão	1º Quartil	3º Quartil
CONF1	309	3,10	1,05	2	4
CONF2	309	2,83	1,04	2	4
CONF3	309	2,71	1,09	2	4
CONF4	309	2,73	1,10	2	4
CONF5	309	2,76	1,10	2	4
CONF6	309	2,54	1,09	2	3
CONF7	309	2,67	1,07	2	3
CONF8	309	2,56	1,19	2	4
CONF9	309	2,35	1,17	1	3
CONF10	309	2,56	1,16	2	3
<b>CONF</b>	<b>309</b>	<b>2,68</b>	<b>0,93</b>	<b>2</b>	<b>3,4</b>
USA1	309	3,14	1,21	2	4
USA2	309	3,19	1,23	2	4
USA3	309	3,15	1,18	2	4
USA4	309	3,19	1,20	2	4
USA5	309	3,32	1,16	2	4
USA6	309	3,17	1,13	2	4
USA7	309	3,07	1,15	2	4
<b>USA</b>	<b>309</b>	<b>3,18</b>	<b>1,06</b>	<b>2,43</b>	<b>4</b>
INF1	309	3,23	1,07	2	4
INF2	309	3,26	1,06	3	4
INF3	309	3,07	1,10	2	4
INF4	309	3,43	1,05	3	4
INF5	309	3,86	1,03	3	5
<b>INF</b>	<b>309</b>	<b>3,37</b>	<b>0,89</b>	<b>2,80</b>	<b>4</b>
EFI1	309	3,14	1,07	2	4
EFI2	309	3,14	1,04	3	4
EFI3	309	3,73	1,02	3	4
EFI4	309	3,36	1,04	3	4
<b>EFI</b>	<b>309</b>	<b>3,34</b>	<b>0,90</b>	<b>2,75</b>	<b>4</b>
SAT1	309	3,07	1,08	2	4
SAT2	309	3,05	1,09	2	4
SAT3	309	2,98	1,10	2	4
SAT4	309	3,23	1,05	3	4
<b>SAT</b>	<b>309</b>	<b>3,08</b>	<b>1,01</b>	<b>2,25</b>	<b>4</b>

Fonte: Desenvolvida pelo autor com dados obtidos pelo *software Stata Statistics*

Observou-se que a média da maioria dos atributos foi levemente alta: eficácia da informação (M=3,34), informatividade (M=3,37), usabilidade (M=3,18) e satisfação com o portal (M=3,08). A informatividade teve o menor desvio padrão (DP=0,89), juntamente com a eficácia da informação (DP=0,90). A usabilidade apresentou o maior DP da amostra (1,06) seguido pela satisfação (1,01). Enquanto isso, confiança na administração pública (M=2,68) teve a menor média na amostra e o 3º menor índice de desvio (0,93).

As 4 médias mais altas são relativas à eficácia da informação (3,73 para relevância e 3,36 para atualidade) e informatividade (3,86 para utilidade e 3,43 para profissionalismo). As 4 variáveis mais baixas se relacionam com a confiança: confiança geral (M=2,35), integridade (2,54), preocupação com o bem-estar dos cidadãos (2,56), confiança individual (2,56) e autenticidade (2,67).

Verificou-se, ainda, que todas as variáveis da satisfação mantiveram-se próximo da média da escala *likert* de 5 pontos: M=3,07 em adequação, M=3,05 em eficiência, M=2,98 em efetividade e M=3,23 em satisfação geral.

O DP foi mais alto para as variáveis de usabilidade (1,23 para simplicidade de uso na primeira vez; 1,21 para facilidade total de compreensão, 1,20 para estrutura e conteúdo de fácil



compreensão e 1,18 para facilidade de localização de informações buscadas). Os menores índices de DP foram encontrados na eficácia da informação (1,02 para relevância da informação e 1,04 para exatidão e atualidade) e na informatividade (1,03 para utilidade).

Os resultados sugerem que, para a presente amostra, existe uma maior percepção de que a eficácia da informação e a informatividade estão presentes no portal da transparência do governo federal. Infere-se, ainda, que se destacam, em relação ao seu conteúdo, as características de atualidade e relevância da informação. Destacam-se, também, o profissionalismo do projeto do portal, a utilidade das informações e a variedade de recursos. Isto aponta que há sintonia do portal com as exigências legais (BRASIL, 2011). Revela, ainda, a existência de organização da informação para envolver o público e promover a intenção de uso (CHEN; WELLS, 1999; GAO; BAI, 2014).

A pesquisa oferece indícios de que as características e o conteúdo do portal, para a referida amostra, em média, não conduzem à sensação de confiança no setor público.

#### 4.3 CORRELAÇÕES ENTRE AS VARIÁVEIS

Por meio do teste de correlação, os resultados demonstram, com nível de confiança de 99%, uma correlação entre as variáveis (Tabela 3).

**TABELA 3: CORRELAÇÃO ENTRE AS VARIÁVEIS**

	Confiança	Usabilidade	Informatividade	Eficácia	Satisfação
Confiança	1,00				
Usabilidade	0.5041*	1,00			
Informatividade	0.5499*	0.7919*	1,00		
Eficácia	0.4839*	0.6560*	0.7912*	1,00	
Satisfação	0.6023*	0.7380*	0.7743*	0.7290*	1,00

Fonte: Desenvolvida pelo autor com dados obtidos pelo *software Stata Statistics*

Constata-se que a correlação é forte entre informatividade (0,7743), usabilidade (0,7380) e eficácia (0,7290), na relação com a satisfação. Quando se analisa a relação direta entre satisfação com o portal e confiança, demonstrou-se que tal liame é moderado (0,6023). Assim, há indícios de que, para a amostra, a eficácia da informação e a informatividade são atributos relevantes na relação com a satisfação do cidadão com o portal, de forma consistente com estudos anteriores de Gao, Bai (2014).

#### 4.4 TESTE T DE COMPARAÇÃO DE MÉDIAS

Analisou-se a diferença de percepção entre indivíduos que já haviam acessado o portal e aqueles que nunca o tinham feito, comparando-se a média a 95% de confiança (Tabela 4).

**TABELA 4: TESTE T DE COMPARAÇÃO DE MÉDIAS POR ACESSIBILIDADE PRÉVIA DO PORTAL EM OCASIÃO DISTINTA À RESPOSTA DA PESQUISA**

Atributo	Sem acesso prévio		Com acesso prévio		p-valor Pr ( T ) > ( t )
	Média	Desvio padrão	Média	Desvio padrão	
Confiança	2,81	1,01	2,63	0,89	0,1442
<b>Usabilidade</b>	<b>3,38</b>	1,04	3,10	1,06	<b>0,0429</b>
<b>Informatividade</b>	<b>3,57</b>	0,88	3,29	0,88	<b>0,0173</b>
<b>Eficácia</b>	<b>3,51</b>	0,90	3,28	0,88	<b>0,0493</b>
Satisfação	3,24	1,06	3,02	0,98	0,0964

Fonte: Desenvolvida pelo autor com dados obtidos pelo *software Stata Statistics*

Assim, concluiu-se que a percepção dos integrantes da amostra, sobre a presença de usabilidade (p=0,0429), informatividade (p=0,0173) e eficácia da informação (p=0,0173) é, em média, significativamente maior (M=3,38 para usabilidade, M=3,57 para informatividade e

M=3,51 para eficácia da informação) entre os cidadãos que acessaram o portal pela primeira vez, comparativamente com quem já o havia acessado em outra ocasião.

Ou seja, quem não conhecia o portal considerou as informações ricas, úteis e facilmente acessíveis (CHEN; WELLS, 1999). E isto pode ser explicado, em tese, pelo atendimento aos anseios da amostra por maior acesso à informação institucional (TURSUNBAYEVA; FRANCO; PAGLIARI, 2017).

O Teste-T também foi aplicado para comparar a média entre as gerações X e Y, com um limite de confiança a 95%, visto que o maior percentual de respondentes foi de tal grupo: 35,3% da geração “X” e 43,6% da “Y” (Tabela 5). Tais gerações correspondem a 55% da população adulta (SONG; CHO; KIM, 2017).

**TABELA 5: TESTE T DE COMPARAÇÃO DE MÉDIAS POR GERAÇÕES**

	Geração X		Geração Y		p-valor
Atributo	Média / Desvio padrão		Média / Desvio padrão		Pr ( T ) > ( t )
Confiança	2,75	/ 0,98	2,63	/ 0,86	0,3086
<b>Usabilidade</b>	<b>3,32</b>	<b>/ 1,04</b>	<b>3,04</b>	<b>/ 1,05</b>	<b>0,0391</b>
Informatividade	3,45	/ 0,90	3,30	/ 0,85	0,1916
Eficácia	3,45	/ 0,93	3,29	/ 0,85	0,1737
<b>Satisfação</b>	<b>3,24</b>	<b>/ 0,98</b>	<b>2,99</b>	<b>/ 0,97</b>	<b>0,0421</b>

Fonte: Desenvolvida pelo autor com dados obtidos pelo *software Stata Statistics*

Os *baby boomers* (1945-1961) - 8,3% da amostra - não mantém uma relação muito próxima com as tecnologias digitais, enquanto a geração Z (1995-2009) -12,5% da amostra é adepta da agilidade e assimila facilmente as transformações tecnológicas (SANTOS, 2014).

Os resultados sugerem, a 95% de confiança, que houve, em média, uma significativa percepção de usabilidade do portal muito maior entre os cidadãos da geração X (M=3,32) comparando-se com a geração Y (M=3,04), tendo em vista o p-valor=0,0391. Além disso, a geração X (p-valor=0,0421) teve uma percepção muito maior, em medida, de satisfação com o portal (M=3,24). Tal cenário se harmoniza com a característica de “nativos digitais” da geração Y (SONG; CHO; KIM, 2017), inferindo-se que tiveram melhor percepção sobre deficiências na estrutura e uso do portal, comparativamente com outros *websites*.

#### 4.5 REGRESSÃO LINEAR

Na primeira regressão, considerando o modelo com controle, constatou-se que 70,3% do comportamento da variável dependente satisfação é explicado, a 95% de confiança, pelas variáveis independentes usabilidade, informatividade e eficácia, tendo em vista que o p-valor de cada relação é inferior a 0,05 (Tabela 6).

Dessa forma, constatou-se que a relação de maior significância com a satisfação se efetivou com o preditor eficácia da informação (0,35), enquanto o nexos com variável independente informatividade obteve um o índice de 0,32. Tal resultado confirma estudos de Gao e Bai (2014) que revelam que a eficácia da informação (em primeiro lugar) e a informatividade (em seguida) são fortes preditoras do estado de fluxo que resultaria na satisfação do usuário.

**TABELA 6: EFEITOS DA USABILIDADE, INFORMATIVIDADE E EFICÁCIA NA SATISFAÇÃO COM O PORTAL DA TRANSPARÊNCIA (R-squared = 0,7037)**

CONSTRUTO	Coefficiente	Desv. P.	P >  Z	Coefficiente	Desv. P.	P >  Z
Usabilidade	0,29***	0,580	0,000	0,26***	0,059	0,000
Informatividade	0,33***	0,831	0,000	0,32***	0,885	0,000
Eficácia	0,32***	0,717	0,000	0,35***	0,749	0,000
Constante	-0,75***	0,122	0,539	-0,66***	0,285	0,021
Gênero	Sem Controles			Com Controles		
Geração	Sem Controles			Com Controles		

Estado Civil		
Renda		
Etnia		
Plataforma		
R <sup>2</sup>	0,6718	0,7037
N	309	309

Fonte: Desenvolvida pelo autor com dados obtidos pelo *software Stata Statistics*

Na segunda regressão (Tabela 7), considerando o modelo com controle, verificaram-se os efeitos diretos da satisfação como preditora da confiança. Registre-se que o baixo índice *R-squared* de 42,6% indica que outras variáveis não avaliadas interferem, conjuntamente, na amostra (57,4%).

**TABELA 7: EFEITOS DA SATISFAÇÃO COM O PORTAL DA TRANSPARÊNCIA NA PERCEPÇÃO DE CONFIANÇA NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA FEDERAL (*R-squared* = 0,4269)**

CONSTRUTO	Coefficiente.	Desv. P.	P >  Z	Coefficiente	Desv. P.	P >  Z
Satisfação	0,55	0,468	0,000	0,36	0,688	0,000
Constante	0,95	0,142	0,000	1,23	0,671	0,068
Gênero						
Geração						
Estado Civil						
Renda						
Etnia						
Plataforma						
R <sup>2</sup>		0,3627			0,4269	
N		309			309	

Fonte: Desenvolvida pelo autor com dados obtidos pelo *software Stata Statistics*

Ainda assim, tal relação foi significativa tendo em vista o p-valor (0,000) da relação ter assumido registro inferior a 0,05. Ou seja, a confirmação das expectativas do cidadão (CHONG, 2013) em relação aos serviços que pretendia encontrar no *website* (BELANCHE; CASALÓ; GUINALÍU, 2012) provocou impactos positivos no julgamento sobre a confiança (GAO; BAI, 2014). A satisfação do cidadão tem impacto significativo na confiança na administração pública (DAVOUDPOUR; REZAPOUR, 2016).

Tal resultado converge com estudos anteriores que apontam que a satisfação detém uma significativa associação entre transparência e confiança do cidadão (DAVOUDPOUR; REZAPOUR, 2016). Em tese, teria ocorrido uma avaliação de existência de honestidade e competência da administração pública (DAVOUDPOUR; REZAPOUR, 2016) em decorrência da percepção da presença, no portal da transparência, de informações ricas e úteis com facilidade no processo de busca (CHEN; WELLS, 1999; RICHARD, 2005).

#### 4.6 DISCUSSÃO DE RESULTADOS

Este estudo investigou os efeitos da usabilidade, grau de informatividade e eficácia da informação na satisfação do cidadão com o portal da transparência. Testou-se a hipótese de que a satisfação teria uma associação com a percepção de confiança na administração pública.

Os resultados indicaram que a satisfação do cidadão com o portal da transparência conduziu à sensação direta de confiança na administração pública, sustentando, assim, os estudos de Davoudpour e Rezapour (2016) ao constatar que a transparência do governo leva à satisfação do cidadão e ao incremento da confiança no mesmo. Ou seja, a satisfação das expectativas do cidadão com o portal provocou uma cognição positiva sobre a confiança (BELANCHE; CASALÓ; GUINALÍU, 2012; CHONG, 2013; GAO; BAI, 2014). Foram consistentes, ainda, evidências de que eficácia da informação e a informatividade estão mais presentes no portal, sendo relevantes na relação com a satisfação do cidadão.

Além disso, eficácia da informação apresentou relação mais significativa com a satisfação, enquanto a informatividade foi uma das características melhor percebida por quem acessou o portal pela primeira vez. Constatou-se, também, que a eficácia da informação revelou-se, como outra característica melhor percebida pelos usuários neófitos do portal da transparência. Por fim, é importante destacar que houve uma baixa percepção de usabilidade, detectada principalmente pelos “nativos digitais” da geração Y, com insatisfação com o portal, de forma similar ao que foi encontrado por estudos norte-americanos (VENKATESH; HOEHLE; ALJAFARI, 2017).

Portanto, houve confirmação de H1, conforme Belanche, Casaló e Guialú (2012) e Venkatesh, Hoehle e Aljafari (2017). Também houve ratificação de H2, com tal relação sido verificada com maior significância, conforme Gao e Bai (2014) e Chen e Wells (1999). Foi confirmada H3, o que reafirma os estudos de Davoudpour e Rezapour (2016). Por fim, foi confirmada H4, acerca dos efeitos diretos da satisfação na confiança na administração, o que converge com os estudos de Gao e Bai (2014) e Davoudpour e Rezapour (2016).

## 5 CONCLUSÃO

Este estudo avançou na avaliação dos portais da transparência ao investigar a percepção do cidadão acerca do atendimento às suas expectativas de usuário, utilizando-se, além dos parâmetros já definidos na literatura do *e-government* sobre usabilidade e eficácia da informação, o aspecto da informatividade como potencial preditora da satisfação.

Foi evidenciado o incremento da sensação de satisfação com o portal em decorrência do aumento da percepção de usabilidade (Hipótese 1) – parâmetro também estudado no *e-government* e cuja relação com a intenção de uso e compra é comprovada no comércio *on line* (BELANCHE; CASALÓ; GUINALÚ, 2012; TURSUNBAYEVA; FRANCO; PAGLIARI, 2017; VENKATESH; HOEHLE; ALJAFARI, 2017). Entretanto, a usabilidade somente foi percebida no portal estudado por integrantes da geração “X”, enquanto os nativos digitais da geração “Y” não a perceberam e não apresentaram satisfação com o portal. Tal fato, portanto, pode, de alguma forma, ter enviesado as conclusões.

Os resultados apontaram serem significativos os efeitos diretos sobre a confiança na administração pública, tendo a satisfação como preditora (Hipótese 4), em consonância com os estudos de Davoudpour e Rezapour (2016).

As conclusões sugerem, ainda, que a satisfação com o portal estaria positivamente associada, com maior significância, com o grau de informatividade (Hipótese 2), conforme Gao e Bai (2014). Foi confirmada, ainda, a associação, entre o grau de eficácia da informação e satisfação (Hipótese 3), reafirmando os estudos de Davoudpour e Rezapour (2016).

Os resultados demonstraram que a eficácia da informação e a informatividade são os atributos de maior percepção pelo cidadão no portal da transparência, apresentando-se, ainda, como relevantes na relação com a satisfação do cidadão.

Apesar do rigor científico, o estudo teve limitações, propondo-se cautela quanto à generalização das descobertas. Os resultados foram obtidos a partir de uma amostragem por conveniência, não probabilística e não representa a percepção de toda a população.

Utilizou-se a coleta de dados por meio de questionário *on line*, porém as respostas poderiam ter sido distintas com uso de formulários impressos. Além disso, os dados foram obtidos junto a cidadãos brasileiros que, em sua maioria, usaram o computador para acesso ao portal e que já tinham experiência no seu manuseio. A maioria dos respondentes se restringiu a pós-graduados das gerações “X” e “Y”, com renda familiar predominante de 3 a 10 salários mínimos, o que pode ter restringido as conclusões.

Nas pesquisas futuras, sugere-se maior equilíbrio de representatividade, com a ampliação da amostra em sua heterogeneidade, referente à escolaridade e renda. Além disso, os

respondentes podem ser identificados pelo vínculo público ou privado, buscando-se, ainda, uma proporção entre os respondentes que já detem e não detem experiência no uso do portal.

O estudo pode ser ampliado para portais municipais e estaduais do Brasil e de outros países, além de poder verificar as diversas percepções pelo uso do celular para acesso ao portal, comparativamente com o computador. Poderia, ainda, ser comparada e avaliada a percepção dos cidadãos de regiões distintas do país, a partir de suas peculiaridades.

Sugere-se, ainda, que futuros estudos ampliem, de forma significativa, a pesquisa com a geração “Z” (1995-2009). E, por fim, podem ser usadas outras metodologias, com pesquisas qualitativas e entrevistas estruturadas para avaliar a disposição do cidadão em efetuar o controle social da administração pública, em decorrência da avaliação do portal.

## REFERÊNCIAS

BELANCHE, Daniel; CASALÓ, Luis; GUINALÍU, Miguel. Website usability, consumer satisfaction and the intention to use a website: The moderating effect of perceived risk. **Journal of Retailing and Consumer Services**, n.19, p. 124–132, 2012.

BERTOT, John; ESTEVEZ, Elsa; JANOWSKI, Tomasz. Universal and contextualized public services: Digital public service innovation framework. **Government Information Quarterly**, n. 33, p. 211–222, 2016.

BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. **Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal**. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm)>. Acesso em 09 out.2017

CHEN, Quimei; WELLS, William D. Attitude toward the site. **Journal of Advertising Research**, v. 39, n.5, p. 27–37, 1999.

CHONG, Alain Yee-Loong. Understanding Mobile Commerce Continuance Intentions: An Empirical Analysis of Chinese Consumers. **Journal of Computer Information Systems**, v. 53, n.4, p. 22-30, 2013.

COSTA JÚNIOR, Antonio Gil da; COSTA, Carlos Eduardo de Mira. A Comunicação como Efetivação da Transparência na Gestão Pública: um estudo de caso em uma Prefeitura Municipal no interior do Nordeste. **Revista Temática**, n. 2, p. 1-40, 2014.

DAVOUDPOUR, Z.; REZAPOUR, M. The conceptual model of the relationship between institutional transparency, citizen trust and satisfaction (A case study of Tehran city, Iran). **Int. J. Architect. Eng. Urban Plan**, v.26, n.2, p. 131-139, 2016.

FOX, Jonathan A. Social Accountability: What Does the Evidence Really Say? **World Development**, v. 72, p. 346–361, 2015.

GAO, Lingling; BAI, Xuesong. Online consumer behaviour and its relationship to website atmospheric induced flow: Insights into online travel agencies in China. **Journal of Retailing and Consumer Services**, p. 1-13, 2014.

GRUMAN, Marcelo. Lei de Acesso à Informação: **Revista Debates**, v.6, n.3, p.97-108, 2012.

HARRISON, Teresa M. et al. Open government and e-government: Democratic challenges from a public value perspective. **Information Polity**, n. 17, p. 83–97, 2012.

HAZELL, Robert, WORTHY, Ben. Assessing the performance of freedom of information. **Government Information Quarterly**, n.27, p. 352-359, 2010.

- HOOD, C. The “New Public Management” in the 1980s: variations on a theme. **Accounting, organizations and society**, v. 20, n. 2, p. 93-109, 1995.
- KIM, Byoungsoo. An empirical investigation of mobile data service continuance: Incorporating the theory of planned behavior into the expectation–confirmation model. **Expert Systems with Applications**, v. 37, n.10, p. 7033-7039, 2010.
- LAPSLEY, I. New public management: the cruellest invention of the human spirit? **Abacus**, v. 45, n. 1, p. 1-21, 2009.
- LOURENÇO, Rui Pedro. An analysis of open government portals - A perspective of transparency for accountability. **Government Information Quarterly**, P. 1-10, 2015.
- MATIAS-PEREIRA, J. Administração pública comparada: uma avaliação das reformas administrativas do Brasil, EUA e União Européia. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 1, p. 61-82, 2008.
- RICHARD, Marie Odile. Modeling the impact of internet atmospherics on surfer behavior. **Journal of Business Research**, v.58, nº 12, p, 1632-1642. 2005.
- SANDOVAL-ALMAZAN, Rodrigo; STEIBEL, Fabro. Benchmarking Mexico & Brazil Open Government Websites: Model and Metrics. **American Journal of Industrial and Business Management**, n. 3, p. 23-32, 2013.
- SANTOS, Asmyne B. B. dos; FERREIRA JÚNIOR, José. A Transparência Administrativa e Comunicação Pública: análise do caso “funcionários-fantasmas” da Assembleia Legislativa do Maranhão. **Comunicação & Inovação**, v. 18, n. 37, p.103-118, 2017.
- SANTOS, Isabel Cristina dos et. al.. Percepções sobre Conflitos entre Gerações no Ambiente de Trabalho: uma breve análise sobre os baby boomers e gerações subsequentes. **Revista Científica Hermes**, n. 11, p. 26-46, 2014.
- SONG, So Y; CHO, Erin; KIM, Youn-Kyung. Personality factors and flow affecting opinion leadership in social media. **Personality and Individual Differences**, n. 114, p.16-23. 2017.
- TEO, Thompson S. H.; SRIVASTAVA, Shirish. C.; JIANG, Li. Trust and electronic government success: an empirical study. **Journal of Management Information Systems**, v. 25, n 3, p. 99-131. 2008.
- TURSUNBAYEVA, Aizhan; FRANCO, Massimo; PAGLIARI, Claudia. Use of social media for e-Government in the public health sector: A systematic review of published studies. **Government Information Quarterly**, n.34, p. 270–282, 2017.
- VALLE, Vanice R. L.do. Lei 12.527/11 e o planejamento da ação estatal: uma interpretação orientada a prevenir a desinformação. **Interesse Público**, v. 16, n. 87, p. 7-21, 2014.
- VENKATESH, Viswanath; HOEHLE, Hartmut; ALJAFARI, Ruba. A usability study of the obamacare website: Evaluation and recommendations. **Government Information Quarterly**, p. 1-12, 2017.