

**VALIDAÇÃO DE UMA ESCALA SOBRE PROPENSÃO À ADOÇÃO DE UM APLICATIVO MÓVEL PARA SMARTPHONES: APLICAÇÃO NO CONTEXTO DA SEGURANÇA PÚBLICA**

**JOÃO MOISÉS BRITO MOTA**  
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)  
jmoisesbrito@gmail.com

**AFONSO CARNEIRO LIMA**  
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)  
afonsolima@unifor.br

**JOSE SARTO FREIRE CASTELO**  
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA (UNIFOR)  
sarto@unifor.br

# VALIDAÇÃO DE UMA ESCALA SOBRE PROPENSÃO À ADOÇÃO DE UM APLICATIVO MÓVEL PARA SMARTPHONES: APLICAÇÃO NO CONTEXTO DA SEGURANÇA PÚBLICA

## 1 INTRODUÇÃO

O desenvolvimento das tecnologias da informação e da comunicação (TIC) potencializou a prática do empreendedorismo digital, promovendo processos de colaboração em todo o mundo. As pessoas passaram a se comunicar com mais facilidade e também a realizar transações por meio da expansão das plataformas digitais (SCHOR, 2014; STOKES et al., 2014; COUTINHO, 2015). O surgimento dessas plataformas em todo o mundo criou condições para a formação de novas conexões e, com o crescimento do compartilhamento de informações e do aumento das trocas de bens e serviços, novos comportamentos foram gerados (KAPLAN; HAENLEIN, 2010; BOTSMAN; ROGERS, 2011; SCHOR, 2014; HAMARI, 2015; FIGUEIREDO; SCARABOTO, 2016). O estilo de vida colaborativo, definido por Botsman e Rogers (2011) e Stoke et al. (2014) como a união de pessoas que possuem interesse análogo em trocar, emprestar, alugar, doar bens, compartilhar ativos intangíveis, como tempo ou habilidades, é o contexto em que este trabalho se desenvolve.

Os velhos comportamentos mercantis de compartilhamento e de troca foram reinventados (BOTSMAN; ROGERS, 2011) ou, até certo ponto, redescobertos, sendo-lhes normalmente atribuídos os seguintes termos: economia compartilhada ou economia colaborativa, também conhecida como “*sharing economy*”, “*collaborative economy*”, “*peer-to-peer economy*”, “*mesh economy*”, “*connected consumption*” (GANSKY, 2010; BOTSMAN; ROGERS, 2011; EGGER, 2015; DUBOIS et al., 2014). Pode-se afirmar que esse movimento teve início nos Estados Unidos, por volta dos anos de 1990 e começo dos anos 2000, com o surgimento de sites de recompra de bens como o ebay, craigslist, freecycle e Couchsurfing (SCHOR, 2014; MARTIN, 2016) e esse crescimento está intimamente ligado ao chamado movimento *maker*, ou seja, o fato de as pessoas poderem se tornar fornecedores, além de consumidores (SAMUEL, 2015).

A economia colaborativa permitiu também que mais pessoas pudessem realizar trocas de bens e informações, antes restritas a pessoas geograficamente próximas (SCHOR, 2014), diminuindo os custos de transação entre pessoas geograficamente dispersas a partir da conexão instantânea em uma escala há alguns anos muito pouco provável (FIGUEIREDO; SCARABOTO, 2016; JULL, 2016). Além disso, a economia colaborativa eliminou também a presença de intermediários, possibilitando mais conexões face-à-face e a exploração de mercados secundários (SCHOR, 2014).

A confiança e a credibilidade entre desconhecidos são fatores essenciais para o sucesso nos negócios colaborativos (BOTSMAN; ROGERS, 2011). Dada a incerteza do ambiente *online*, a confiança é construída por meio de sistemas de reputação, a exemplo das empresas airbnb, Uber, etc., promovendo um novo ativo relacionado à economia colaborativa (BOTSMAN; ROGERS, 2011; STOKES et al., 2014). A confiança *online* foi o principal motivador para que se chegasse ao atual nível de compartilhamento por meio de sistemas de avaliação de usuários como principal indicador de qualidade de serviços ofertados (GANSKY, 2010; TELLES JR., 2016).

A economia colaborativa atua em vários modelos de negócios, sejam eles com fins lucrativos ou não, em condições de excesso ou de escassez, tais como bibliotecas de ferramentas, bancos de sementes, bancos de tempo, serviços de transporte ou compartilhamento de veículos, compartilhamento de alojamento, plataforma de trânsito, plataforma de aprendizagem colaborativa (MOOCs - *massive open online courses*), plataformas de financiamento colaborativo, todas elas com grande potencial de resposta a vulnerabilidades e ineficiências em serviços, inclusive públicos, e capazes de gerar inteligência para a formação e

execução de ações eficazes (BOTSCHAN; ROGERS, 2011; STOKES et al., 2014; SCHOR, 2014; BELK, 2007).

Nesse contexto, a segurança tem sido uma das áreas mais desafiadoras para a gestão pública no País. Ao todo, em 2015, os gastos com policiamento realizados por todos os estados da federação foram da ordem de R\$ 23 bilhões, ante R\$ 20 bilhões em 2014; as despesas relacionadas a informação e inteligência, por outro lado, caíram: R\$ 1,1 bilhão em 2014, aproximadamente, para R\$ 829 milhões. O Estado do Ceará, ambiente em que esta pesquisa foi realizada, figura entre os dez estados brasileiros que mais investem na pasta de segurança pública: apenas em 2014, foram investidos mais de R\$ 1,6 milhão, um incremento de 16,2% em comparação ao ano de 2013 (SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA, 2015). Apesar disso, nesse mesmo período, a capital do Estado do Ceará foi listada como a 8ª cidade mais violenta do mundo (SEGURIDAD, JUSTICIA Y PAZ, 2014) tendo em vista que apenas 22% dos homicídios no Estado foram elucidados até o mês de agosto de 2016 (SGH, 2016).

Considerando essa realidade e as promessas ainda recentes dos benefícios da economia compartilhada, pode-se argumentar que a segurança pública pode ter os cidadãos como fortes aliados por meio da colaboração *online*, especificamente por meio do uso de compartilhamento de informações, usando uma plataforma que seja capaz de reunir informações relevantes e que possam posteriormente ser analisadas pelos entes da segurança pública do Estado do Ceará. De acordo com um levantamento realizado no Sistema de Informações Policiais (SIP), apenas 2% dos Boletins de Ocorrência no Estado do Ceará de ações penais incondicionados (furtos e roubos) geraram inquérito policial no ano de 2014. Toda a problemática, em geral, está ligada à falta de efetivo para a condução das investigações.

Vários estudos fazem referência ao uso da economia colaborativa e os seus princípios associados ao seu emprego em aplicativos móveis *online*. Jimenez (2016), por exemplo, faz um levantamento acerca do marco regulatório de empresas que fazem o uso de aplicativos móveis. Já Dutil (2015) discorre sobre como os governos têm tido progressivos avanços usando os conhecimentos da população, por meio de plataformas *online*, tanto na formulação de políticas públicas ou na entrega de serviços ao povo. Boulos et al. (2011), similarmente, aborda o uso de tecnologias pelo cidadão, auxiliando os governos na gestão da saúde pública e ambiental, além de ajudar na construção de novas legislações. Baseado no contexto da segurança pública e no suporte teórico apresentados, este trabalho apresenta a seguinte pergunta de pesquisa: qual a relação dos princípios da economia colaborativa com a propensão à adoção de um aplicativo móvel voltado à segurança pública?

Como objetivo, pretende-se desenvolver e validar uma escala relacionada à propensão à adoção de um aplicativo móvel para *smartphones* relacionado à segurança pública por meio do compartilhamento de informações via plataformas digitais, melhorando, conseqüentemente, diversas ineficiências existentes nas investigações penais.

As informações cedidas pela comunidade são capazes de diminuir os custos de transação envolvidos no processo de investigação, tanto os custos tangíveis (combustível, contratação de pessoal, compra de munição, etc.) quanto os custos intangíveis (economia de tempo, habilidade, esforço necessário, etc.). Tais economias, em contrapartida podem encorajar a gestão da segurança pública a refletir sobre outras ações mais efetivas que possam mitigar a violência em bairros que exigem maior policiamento, como a criação de arenas, espaços de convivência, projetos sociais, dentre outras ações.

## **2 REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1 Uma introdução à economia colaborativa**

O ato da partilha, processo de distribuição daquilo que é de uma pessoa para a utilização de outra ou, não é um tema novo, pois o compartilhamento de lugares, casas, animais, como também objetos intangíveis como ideias, valores, horários e habilidades sempre existiu (BELK, 2007). Exemplos desse compartilhamento são os Kibbutz, pequenas cooperativas agrícolas que

têm os seus meios de produção e mantimentos administrados por todos os integrantes da comunidade (SASTRE, 2012; RIFKIN, 2015), e os balneários comuns, bibliotecas e lavanderias do Reino Unido (STOKES et al., 2014).

Durante todos esses anos, o compartilhamento tem sido praticado por diversas pessoas, seja por empréstimo, aluguel, arrendamento, doação de bens, serviços ou outros benefícios (ORNELLAS, 2013; STOKES et al., 2014; BELK, 2014), mas foi apenas com utilização da internet que os custos dessas transações puderam ser significativamente reduzidos, possibilitando o surgimento do consumo colaborativo, economia colaborativa e a economia compartilhada (*sharing economy*). As conexões sociais foram facilitadas entre pessoas que têm o intuito de utilizar seus recursos de maneira mais eficiente (BELK, 2014; MARTIN, 2016).

O termo “*sharing*” não tem uma definição única; tem sido tratada por vários autores sob a ótica de múltiplas nomenclaturas (BELK, 2014; JULL, 2015), como consumo colaborativo (*collaborative consumption*) (BOTSMAN; ROGERS, 2011) ou sistema comercial de compartilhamento (*commercial sharing systems*) (MONT, 2002). Devido ao grande número de conceitos apresentados acerca do tema, optou-se por utilizar o termo economia colaborativa para esta pesquisa por ser este o mais amplamente disseminado.

Botsman e Rogers (2011) afirmam que durante os anos 2000 o sistema colaborativo se segmentava em três formatos: sistema de serviços de produtos (SSP), mercados de redistribuição e estilo de vida colaborativo, conforme exposto no Quadro 1.

**Quadro 1: Sistema de consumo colaborativo – anos 2000.**

Sistema de serviços de produtos (SSP)	Um serviço que permite o compartilhamento de vários produtos de propriedade de uma empresa, ou o compartilhamento entre pares.	Aluguel de Bicicletas e Transporte (Bike Rio, Velib, B-Cycle, Zip Car, Street Car), Aluguel de Brinquedos (Rent a Toy, Dim Dom) (ROLDHEN et al., 2015)
Mercados de redistribuição	Produtos podem ser trocados por produtos semelhantes [...] As trocas costumam ser realizadas entre desconhecidos, mas, às vezes, o mercado conecta pessoas que já se conhecem [...] Estimula a reutilização e a revenda de itens antigos, em vez de descartá-los.	Troca de Livros ( <i>Read it Swap it</i> , LivraLivros), Grupo de Trocas (Bazar de Trocas de Estilo) (ROLDHEN et al., 2015)
Estilos de vida colaborativos	Pessoas com interesses semelhantes reunindo-se para compartilhar e trocar ativos menos tangíveis, como tempo, espaço, habilidades e dinheiro. Muitas vezes o foco é a troca e a interação de estilos de vida colaborativos [...], conseqüentemente geram uma infinidade de relacionamentos e de conectividades sociais.	<i>Coworking</i> (The Hub, Blend), <i>Couchsurfing</i> (Air Bnb), Sistema de Caronas (Zimride, blablacar), <i>Crowdfunding</i> (Catarse, Kickstarter) e o <i>Crowdsourcing</i> (Engange) (ROLDHEN et al., 2015)

**Fonte: Adaptado de Botsman e Rogers (2011)**

O estilo de vida colaborativo pressupõe propensão à divisão e à troca de bens intangíveis: tempo, espaço, dinheiro e habilidades (BOTSMAN; ROGERS, 2011), podendo o compartilhamento ter ou não motivações econômicas (COUTINHO et al., 2015). Fazem parte do estilo de vida colaborativo o *crowdfunding*, *coworking*, *crowdsourcing*, *crowdlearning* e *couchsurfing*, detalhados no Quadro 2.

**Quadro 2: Estilos de vida colaborativos**

<i>Crowdfunding</i>	Financiamento coletivo a partir de redes de pessoas e/ou instituições que
---------------------	---

	investem em projetos criativos, ou seja, várias pessoas contribuem, com pequenas quantias, de maneira colaborativa, para viabilizar uma ideia, um negócio, um projeto.
<i>Coworking</i>	Compartilhamento de espaço e recursos de escritório, reunindo pessoas em escritórios de trabalho coletivo.
<i>Crowdsourcing</i>	Modelo de negócio, baseado na <i>web</i> , que utiliza as soluções criativas de uma rede distribuída de indivíduos que atuam através de um convite aberto, ou seja, é uma ferramenta de cocriação a partir da participação <i>online</i> .
<i>Crowdlearning</i>	Proporciona o aprendizado colaborativo em que as pessoas compartilham os conhecimentos que detêm com quem tem o interesse de aprender.
<i>Crowdsurfing</i>	Compartilhamento de hospedagem para pessoas que viajam a passeio ou a negócios. É uma rede mundial para fazer conexões entre viajantes e as comunidades locais que visitam.

Fonte: Adaptado de Botsman e Rogers (2011)

Esse sistema está mais relacionado à constituição de conexões entre indivíduos que participam do meio, dispendo-se a contribuir com objetivos específicos em comum (trabalho, amizade, auxílio a outras pessoas, etc.) (COUTINHO et al., 2015). Os elementos que compõem o estilo de vida colaborativo, podem proporcionar não apenas economia de tempo e dinheiro, mas também proporcionar uma “rede de segurança”, a qual pode se efetivar a partir de um consenso a respeito de questões consideradas relevantes por grupos de pessoas, para assim, formarem comunidades colaborativas (HILL et al., 2014).

A economia colaborativa é caracterizada por quatro princípios comuns que estão enraizados em sua essência. A equidade destes quatro princípios é primordial para a sustentação do funcionamento do sistema (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

**Quadro 3: Princípios do consumo colaborativo**

Massa Crítica	Massa crítica é um termo sociológico utilizado para descrever a existência de um impulso suficiente em um sistema para torná-lo autossustentável. Porter (2009) define massa crítica como a quantidade necessária e suficiente de usuários para sustentar uma prática econômica.
Capacidade Ociosa	A capacidade ociosa está relacionada não apenas aos produtos físicos [...], mas também aos ativos menos tangíveis, como tempo, habilidades, espaço, ou a <i>commodities</i> , como a eletricidade. Dessa forma, este princípio tem como objetivo aproveitar ao máximo algum produto de maneira a evitar o seu desperdício.
Crença nos bens comuns	A crença nos bens comuns diz respeito aos recursos pertencentes ao público [...] e o objetivo de assegurar o acesso ao máximo de pessoas possível, viabilizando assim o amplo acesso pela sociedade. Por meio de experiências digitais, as pessoas reconhecem o fornecimento de valor para a comunidade e, assim, tornam-se mais propensas a retribuir tal contribuição.
Confiança entre desconhecidos	Este princípio é ilustrado pela ideia de que os “usuários de bens comuns” conseguem autogovernar recursos compartilhados se eles receberem as ferramentas certas para coordenar projetos ou necessidades específicas e o

	direito de monitorar uns aos outros [...] plataformas entre pares permitem que comunidades descentralizadas e transparentes sejam formadas e desenvolvam “confiança entre desconhecidos”.
--	---

Fonte: Adaptado de Botsman e Rogers (2010)

A partir disso, o funcionamento do sistema colaborativo é motivado pela natureza distributiva e interconectada que a internet propiciou, onde a partir dela, acentuou-se a participação do “indivíduo empreendedor” em proporção direta ao aumento das forças de suas conexões colaborativas (RIFKIN, 2015, p. 34), ou seja, as pessoas são motivadas, por meio de plataformas, aplicativos e serviços, “a administrar suas próprias ações e as ações de toda a comunidade, criando um grau elevado de confiança e reciprocidade” (BOTSMAN; ROGERS, 2011, p.113).

A existência dessa correlação é fundamental para a sustentação do sistema colaborativo, pois a economia colaborativa pode oferecer aos usuários mais comodidade, economia, conveniência e confiabilidade (SAMUEL, 2015). A economia colaborativa pode permanecer sustentável, contanto que os benefícios voltados aos usuários participantes, ultrapassem todos os custos marginais envolvidos nas transações (HAMARI et al., 2015). De acordo com Samuel (2014) a economia colaborativa possui quase 113 milhões de participantes em países como os Estados Unidos, Reino Unido e Canadá, ou seja, 40% da população adulta.

## 2.2 Elementos críticos da economia colaborativa

Assim, a *sharing economy*, como qualquer outra tendência emergente, ainda sofre com alguns impedimentos acerca da adoção desse sistema de compartilhamento, visto que várias pessoas ainda possuem muitas dúvidas (COUTINHO, 2015; STOKE et al., 2014), estudo realizado pela agência de publicidade Campell Mithun e pela Carbonview Research (COLLABORATIVE CONSUMPTION, 2012) e Edelman (2015) assinalam que os fatores mais significativamente impeditivos para o desempenho do processo de compartilhamento seriam a falta de confiança, a má qualidade nos produtos oferecidos, o fato de a plataforma não possuir um número razoável de acessos, pouco incentivo dos usuários a enviarem informações ou a falta de privacidade, fatores estes que ainda são verificados entre os pares que interagem por meio de plataformas de economia compartilhada.

Apesar de várias conotações relativas à confiança, é importante destacar que o comportamento de confiança acarreta sempre uma ação recíproca, na qual a outra pessoa também esteja propícia a confiar (LUHMANN, 1979; MENEZES, 2015). Além disso, a confiança é um componente importante para a prática colaborativa, pois de acordo com Ostrom (2000), os agentes optam a confiarem uns nos outros quando existe uma crença coletiva de que todos estão propensos a colaborar, pois com a confiança estabelecida as pessoas sempre estarão motivadas a regressarem às plataformas (STOKE et al., 2014).

Outro ponto importante seria discorrido por Edelman (2015) quando relata o fato de que é preciso conceber vantagens claras para que o usuário possa sentir-se motivado a compartilhar ou acessar plataformas digitais. Com a garantia de que os grupos sociais sejam identificados por meio de necessidades ou objetivos em comum, eles podem acessar e contribuir com informações, além de ter uma equipe que possa garantir que o trabalho seja conduzido de maneira organizada, garantindo assim a existência de mutualidade nas ações (BOAVIDA; PONTE, 2002; EDELMAN, 2015).

Com isso, o compartilhamento de informações tende a otimizar os saberes daqueles que transmitem o conhecimento, já que ocorre uma maior interação entre as partes envolvidas. Ressaltando que a confiança e a boa vontade não são fatores impeditivos para que ocorra a disseminação do compartilhamento de conhecimentos ilegítimos ou que não tenham ganhos notórios para o destinatário (DIRKT; FERRIN, 2001; MAURER et al., 2015). Assim, sempre é importante destacar a credibilidade da plataforma atraindo os usuários com ações ou atraindo

pessoas de prestígio (EDELMAN, 2015).

A conquista da confiança reforçaria o processo da prática colaborativa, facilitaria a troca entre as pessoas e suprimiria a necessidade de intermediários (STOKES et al., 2014). Um grande ponto de interrogação seria o sistema de recompensa e aspectos de privacidade, isto é, se as pessoas sabem como os dados compartilhados podem ser usados (BOTSMAN, 2012). Para Burney, Henle e Widener (2009), os Sistemas de Medição de Desempenho Estratégico (SMDE) são utilizados nos processos de tomada de decisão. Estes sistemas poderão ser um alicerce de estudo para a estratégia da Secretaria de Segurança.

### **3 METODOLOGIA**

O presente trabalho busca validar uma escala de identificação da propensão à adoção de um aplicativo móvel referente à segurança pública por indivíduos. Em termos metodológicos, optou-se por uma abordagem descritiva e quantitativa, ou seja, este método é desenvolvido em estudos descritivos (têm a função de descobrir e classificar a relação entre variáveis), o qual se compromete em investigar “o que é”, isto é, identificar os atributos de um determinado fenômeno (RICHARDSON, 1998; DALFOVO et al., 2008). A coleta de dados foi realizada na cidade de Fortaleza, cidade natal dos autores, 5ª cidade mais populosa do Brasil (IBGE, 2016) e a 8ª cidade mais violenta do Mundo (SEGURIDAD, JUSTICIA Y PAZ, 2014). A pesquisa foi aplicada entre agosto e outubro de 2016 junto a 385 cidadãos residentes da cidade, por meio de um processo de amostragem não probabilístico, sendo todos os questionários plenamente utilizados na análise.

Os questionários disponibilizados para acesso *online* contemplaram 20 itens, conforme o anexo A, com 17 desses itens a serem respondidos de acordo com escala Likert intervalar de 5 pontos (ZIKMUND; BABIN, 2011); os demais três últimos itens do questionário se referem ao perfil e ao estilo de vida dos entrevistados, considerando os itens escolaridade, gênero e idade.

A instrumentalização da pesquisa utilizou os princípios baseados nas contribuições de Botsman e Rogers (2011) que destacam como principal característica da economia colaborativa, a massa crítica, confiança entre desconhecidos, crença no bem comum e a capacidade ociosa. Foi realizado um pré-teste, com quatro respondentes, a fim de verificar possíveis problemas e ambiguidades; esses respondentes não fizeram parte da amostra pesquisada.

Para fins de análise de dados, utilizou-se o software IBM SPSS Amos na versão 21. Empregou-se a análise de equações estruturais (AEE) visando, por meio da Análise Fatorial Confirmatória (AFC), identificar a consistência interna dos construtos que pudessem validar o instrumento.

### **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

De acordo com os dados colhidos na pesquisa, 58% dos respondentes são do sexo feminino e 42% do sexo masculino. A maioria dos respondentes está concentrada, em sua maioria, entre 25 e 34 anos (44%), seguida da faixa etária de 35 e 44 anos (28%) e da faixa etária de 18 a 24 anos (16%). Acerca da escolaridade dos respondentes, mais de 50 % possuem graduação ou pós-graduação.

Cabe destacar que em AEE, “a causalidade pode ser inferida, mas apenas por assunção no modelo originalmente construído (e não da significância estatística do teste ao modelo)” (Marôco, 2010). No entanto, para esta pesquisa, a relação de causalidade não é o foco na AEE, mas sim, com a aplicação da Análise Fatorial Confirmatória (AFC), a validação fatorial de um instrumento de pesquisa por meio da qualidade de seu ajustamento.

Após a aplicação do instrumento, foi extraída a matriz de correlação (Tabela 1) e verificada sua confiabilidade interna por meio do Alfa de Cronbach (Tabela 2): massa crítica (MC) (4 itens – A1, A2, A3, A4) = 0,723; capacidade ociosa (CO) (3 itens – B1, B2, B3) = 0,618; crença no bem comum (CBC) (6 itens – C1, C2, C3, C4, C5, C6) = 0,753; confiança

entre desconhecidos (CD) (5 itens – D1, D2, D3, D4, D5) = 0,812. Considerando o valor de referência de 0,7, pode-se afirmar que o instrumento apresenta elevado grau de consistência interna, com exceção do construto CO. Complementarmente ao Alfa de Cronbach, procedeu-se à estimação da confiabilidade composta. Assim como a medida anterior, tem-se uma confiabilidade composta adequada a partir de valores iguais a 0,7, embora outros autores considerem, para estudos exploratórios, valores abaixo de 0,7. A confiabilidade composta obtida para cada um dos construtos foi sequencialmente: MC=0,82, CO=0,69, CBC=0,81, CD=0,87. De acordo com Hair et al. (2009), um ponto de corte para o indicador Confiabilidade Composta (CC) seria 0,70; porém, outros autores como Bagozzi e Yi (1988) sugerem 0,60 como parâmetro aceitável. Dessa forma, pode-se afirmar que o modelo apresenta confiabilidade dentro de parâmetros admissíveis. Além do Alfa de Cronbach e do indicador de confiabilidade composta, a variância média extraída (VME) foi assim obtida: MC=0,54, CO=0,43, CBC=0,44, CD=0,57. Para Marôco (2010) e Valentino e Damásio (2016), um indicador de ajuste adequado seria VME igual ou superior a 0,50. Dessa forma, apenas dois dos construtos com valores superiores a 0,50 foram obtidos. Além disso, o modelo de quatro fatores (Figura 1) com a amostra de 385 indivíduos revelou uma qualidade de ajustamento insuficiente, considerando os parâmetros CMIN/DF = 8,121, GFI=0,778, CFI=0,722, RMSEA=0,136. Procedeu-se, assim à calibração artificial do modelo.

**Tabela 1: Matriz de correlação.**

	$\bar{x}$	$\sigma$													
<b>A1</b>	4,17	0,908													
<b>A2</b>	4,3	0,963	,305**												
<b>A3</b>	4,57	0,804	,469**	,464**											
<b>A4</b>	4,54	0,77	,340**	,309**	,539**										
<b>B1</b>	4,25	0,916	,437**	,247**	,436**	,605**									
<b>B2</b>	4,39	0,874	,208**	,348**	,314**	,227**	,256**								
<b>B3</b>	4,34	0,863	,212**	,424**	,278**	,288**	,295**	,508**							
<b>C1</b>	4,24	1,077	,133**	,068	,092	,192**	,171**	,164**	,219**						
<b>C2</b>	4,06	1,052	,370**	,359**	,507**	,561**	,583**	,321**	,400**	,269**					
<b>C3</b>	4,34	0,876	,336**	,377**	,375**	,401**	,475**	,445**	,413**	,088	,462**				
<b>C4</b>	4,41	0,85	,226**	,173**	,279**	,359**	,384**	,222**	,208**	,266**	,474**	,354**			
<b>C5</b>	4,29	0,915	,387**	,344**	,395**	,294**	,372**	,381**	,369**	,057	,448**	,486**	,437**		
<b>C6</b>	4,23	0,977	,319**	,356**	,386**	,387**	,422**	,367**	,386**	,045	,456**	,498**	,359**	,53	
<b>D1</b>	4,23	1,001	,334**	,295**	,420**	,406**	,450**	,354**	,388**	,089	,485**	,509**	,371**	,59	
<b>D2</b>	4,36	0,882	,430**	,361**	,532**	,447**	,456**	,307**	,322**	,162**	,547**	,444**	,292**	,42	
<b>D3</b>	4,44	0,827	,344**	,364**	,546**	,494**	,423**	,330**	,366**	,173**	,634**	,431**	,323**	,50	
<b>D4</b>	4,16	0,882	,217**	,228**	,352**	,374**	,316**	,336**	,266**	-,007	,357**	,366**	,265**	,41	
<b>D5</b>	4,14	0,865	,207**	,234**	,321**	,349**	,264**	,346**	,309**	,004	,327**	,300**	,204**	,34	

\*\* . Correlação é significativa ao nível 0,01 (bicaudal).

Os indicadores de confiabilidade interna do instrumento podem ser visualizados na Tabela 2, a seguir.

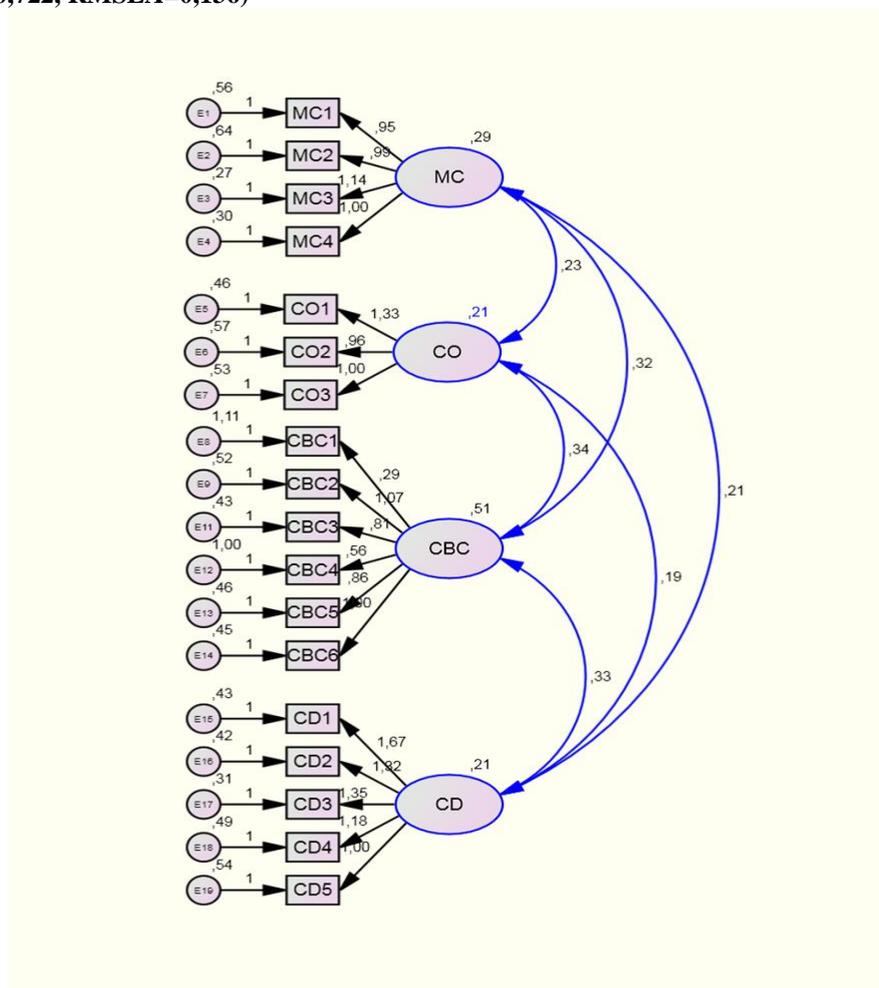
**Tabela 2: Indicadores de confiabilidade interna do instrumento**

	Alfa de Cronbach	Kaiser-Meyer-Olkin	Qui-quadrado	Confiabilidade Composta	Variância Extraída Média
MC	0,723	0,724	330,213	0,82	0,54
CO	0,618	0,599	155,475	0,69	0,43
CBC	0,753	0,812	593,236	0,81	0,44
CD	0,812	0,710	310,934	0,87	0,57

Fonte: Dados da pesquisa.

Os procedimentos para calibração artificial do modelo foram empregados eliminando-se os itens 4, 7, 8, 11, 14 e 17, o que resultou em parâmetros mais robustos (CMIN/DF=3,141, GFI=0,935, CFI=0,941 e RMSEA=0,075) (Tabela 4). A nova matriz de correlação (Tabela 3), da mesma forma, apresenta indicadores mais significativos.

**Figura 1: Modelo inicial de quatro fatores ajustado a uma amostra de 385 indivíduos (CMIN/DF = 8,121, GFI=0,778, CFI=0,722, RMSEA=0,136)**



Fonte: Dados da pesquisa

Quanto ao Alfa de Cronbach, foram obtidos os seguintes índices: MC=0,67, CO=0,407, CBC=0,784, CD=0,676, com uma agrava do construto CO. Similarmente, quanto à confiabilidade composta, os novos índices obtidos foram MC=0,78, CO=0,51, CBC=0,86 e CD=0,79. Em relação à VEM, a partir dos indicadores MC=0,55, CO=0,35, CBC=0,59, CD=0,57, verifica-se, de modo geral, parcial enriquecimento do construto CBC.

**Tabela 3: Matriz de correlação obtida após calibração artificial do modelo.**

	$\bar{x}$	$\sigma$									
A1	4,17	0,91									
A2	4,30	0,96	,305**								
A3	4,57	0,80	,469**	,464**							
B1	4,25	0,92	,437**	,247**	,436**						
B2	4,39	0,87	,208**	,348**	,314**	,256**					
C2	4,06	1,05	,370**	,359**	,507**	,583**	,321**				
C3	4,34	0,88	,336**	,377**	,375**	,475**	,445**	,462**			
C5	4,29	0,92	,387**	,344**	,395**	,372**	,381**	,448**	,486**		
C6	4,23	0,98	,319**	,356**	,386**	,422**	,367**	,456**	,498**	,53	
D2	4,36	0,88	,430**	,361**	,532**	,456**	,307**	,547**	,444**	,42	
D3	4,44	0,83	,344**	,364**	,546**	,423**	,330**	,634**	,431**	,50	
D5	4,14	0,86	,207**	,234**	,321**	,264**	,346**	,327**	,300**	,34	

\*\* . Correlação é significativa ao nível 0,01 (bicaudal).

Após calibração do modelo, os seguintes indicadores de confiabilidade foram extraídos:

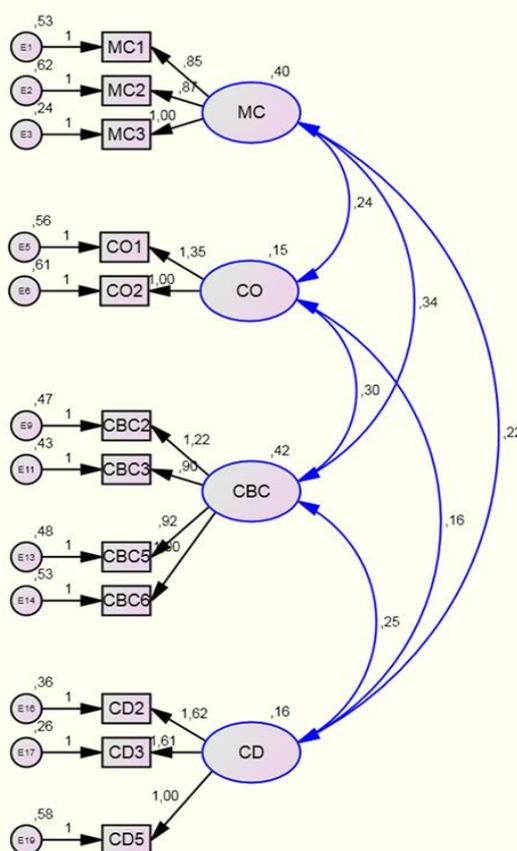
**Tabela 4: Indicadores de confiabilidade interna do instrumento obtidos após calibração do modelo.**

	Alfa de Cronbach	Kaiser-Meyer-Olkin	Qui-quadrado	Confiabilidade Composta	Variância Extraída Média
MC	0,670	0,631	192,418	0,78	0,55
CO	0,407	0,500	25,847	0,51	0,35
CBC	0,784	0,790	412,941	0,86	0,59
CD	0,676	0,597	224,766	0,79	0,57

Fonte: Dados da pesquisa

Apesar do incremento parcial dos indicadores de confiabilidade do modelo, pode-se argumentar que ainda há a necessidade de robustez para sua validação. Tal consideração é esperada, visto que na pesquisa apresentada conduziu-se uma pesquisa com um número relevante de indivíduos ( $n=385$ ), porém não suficiente no caso de estudos normalmente conduzidos para validação de uma escala.

Figura 2: Modelo de quatro fatores ajustado a uma amostra de 385 indivíduos (CMIN/DF=3,141, GFI=0,935, CFI=0,941 e RMSEA=0,075)



Fonte: Dados da pesquisa

Dessa maneira, pode-se concluir que este esforço é uma ação inicial no sentido de se consolidar uma escala de mensuração para a propensão à adoção de um aplicativo móvel digital. Nesse sentido, outros esforços são necessários para se obter novas amostras e comparar futuros resultados a estes aqui evidenciados.

Mesmo com essas limitações, pode-se verificar sinais favoráveis à adoção de um

aplicativo móvel voltado à segurança pública que possa trazer informações úteis à gestão pública e que possam consolidar ações de inteligência no enfrentamento a crimes. Tal possibilidade pode ter efeito relevante nos elevados índices de criminalidade no Estado do Ceará.

## 5 CONCLUSÃO

O presente trabalho no contexto da segurança pública abordou o desenvolvimento e a validação de um instrumento de uma escala, que sinaliza a propensão à adoção de um aplicativo móvel para *smartphones*, o qual, por sua vez, pode auxiliar efetivamente a Secretaria de Segurança Pública do Estado do Ceará em suas ações. A escala foi desenvolvida a partir de elementos do modelo conceitual da economia colaborativa: massa crítica, capacidade ociosa, confiança entre desconhecidos e crença no bem comum (BOTSCHAN; ROGERS, 2011).

A partir dos dados coletados, foi realizada uma AFC para a validação do instrumento de pesquisa e, os resultados evidenciam que o instrumento é potencialmente válido, tendo sido verificada a sua confiabilidade interna por meio do Alfa de Cronbach (Tabela 2), no qual pode-se confirmar que a maioria dos construtos apresentados possuem alto grau de consistência interna, com exceção do construto CO (03 itens) (capacidade ociosa) = 0,618. De acordo com Botsman e Rogers (2011), capacidade ociosa (tempo, informação, habilidade) estaria relacionada à existência de informações ou habilidades das pessoas, com o intuito de contribuir com os entes da segurança pública.

Foi realizada uma estimação da confiabilidade composta, complementar ao Alfa de Cronbach, em que foram obtidos valores acima de 0,7 para cada um dos construtos em análise; Para Hair et al. (2009), um valor de corte admissível seria da ordem de 0,70. Quanto à variância média, esta não demonstrou robustez em dois dos construtos, pois de acordo com Marôco (2010) e Valentino e Damásio (2016), recomenda-se valores da VME igual ou superior a 0,50.

A partir disso, cabe ressaltar que do ponto de vista teórico, esta pesquisa fornece *insights* que podem desenvolver novos estudos sobre como a economia colaborativa pode ajudar a segurança pública, no entanto, a pesquisa ainda carece de robustez de dados para a sua validação, apesar do número relevante de indivíduos pesquisados ( $n = 385$ ). Quanto à variância média extraída (VME) explicada pelos construtos que compõem a escala, o valor encontrado em dois construtos foi modesto. Conforme discutido anteriormente, este instrumento consiste no desenvolvimento de uma escala que envolve características que compõem o consumo colaborativo. A desvantagem dessa generalidade é que se podem perder aspectos mais específicos de características dos construtos estudados no modelo conceitual, mas a exclusão de alguns na versão final da escala, não prejudicou o conteúdo da escala, pois cada um dos construtos teve seus itens mantidos (Figura 2).

A literatura tem discorrido frequentemente acerca dos efeitos positivos que a Economia Colaborativa pode trazer para os segmentos onde atua, principalmente, quando os princípios essenciais para o seu funcionamento estão bem desenvolvidos: massa crítica, quando existem usuários suficientes para sustentar uma prática colaborativa; capacidade ociosa, crença no bem comum e confiança entre desconhecidos, que é muito importante ser bem aprimorada, principalmente por reputação, pois traduz a confiabilidade de participante, pois pode representar uma coação ao desenvolvimento do projeto colaborativo (BOTSCHAN; ROGERS, 2011; SCHOR, 2014; VILLANOVA, 2015).

Neste caso, este estudo desenvolve-se em torno da adoção de um aplicativo móvel para a Segurança Pública, usando informações das pessoas. Com isso, esta escala, com base nos princípios colaborativos, que pode ser usada como estudo para entender se as pessoas possuem uma percepção positiva acerca da segurança e assim apoiarem o aplicativo, ajudando com informações que enriqueçam as ações de inteligência da policial e ajudando a diminuir os altos índices vigentes de criminalidade. Cabe ressaltar que as atividades *online* permitem a quebra de barreiras e amplia a formação de redes colaborativas, mas a ação definitiva depende do

desenvolvimento de novos padrões de comportamento, como o desapego às coisas materiais ou associadas ao *status* (SHIRKY, 2009; BELK, 2014).

Ressalta-se que esta pesquisa do ponto de vista gerencial, pode ser útil aos gestores no que tange ao uso da Economia Colaborativa nas ações da segurança pública, pois, também possa economizar tempo, custos extra com pessoal e combustível, melhoria dos diversos processos internos e operacionais da Secretaria de Segurança, e o aumento resolutividade de inquéritos com autoria definida, a partir de informações obtidas de usuários.

O estudo não levou em consideração a evolução da Economia Colaborativa e as novas percepções de seus usuários, uma vez que a investigação considerou um recorte temporal. A citada pesquisa ainda apresenta uma limitação que deve ser considerada, visto que em pesquisas futuras, outros indicadores e um número maior de amostras podem ser utilizados a fim de aumentar a validade do instrumento de mensuração.

Novos estudos se fazem indispensáveis para compreender melhor esse fenômeno da Economia Colaborativa e suas influências na segurança pública através de mais entrevistas com gestores de segurança no Brasil.

#### REFERÊNCIAS

BELK, R. Why not share rather than own? **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 611, n. 1, p. 126-140, 2007.

BELK, R. Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. **Anthropologist**, v. 18, n. 1, p. 7-23, 2014.

BOAVIDA, A M.; PONTE, J. P. Investigação Colaborativa: potencialidades e problemas. In: GTI (Org). **Refletir e investigar sobre a prática profissional** (p. 43-55). Lisboa: APM, 2002.

BOTSMAN, R. Welcome to the new reputation economy. **Wired**, September, 2012.

BOTSMAN, R., ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BOULOS, M. N. K. et al. Crowdsourcing, citizen sensing and sensor web technologies for public and environmental health surveillance and crisis management: trends, OGC standards and application examples. **International Journal of Health Geographics**, v. 10, n. 67, p. 1-29, 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Demográfico 2000**. Disponível em: <<http://cod.ibge.gov.br/5Z1>> . Acesso em: 01. set. 2016.

BURNEY, L. L.; HENLE, C. A.; WIDENER, S. K. A path model examining the relations among strategic performance measurement system characteristics, organizational justice, and extra-and in-role performance. **Accounting, Organizations and Society**, v. 34, n. 3-4, p. 305-321, 2009.

COLLABORATIVE CONSUMPTION: Should Marketers Be Afraid? **Forbes**, 12. mar. 2012, Seção On Marketing. Disponível em:

<<https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/onmarketing/2012/03/12/collaborative-consumption-should-marketers-be-afraid/&refURL=https://www.google.com.br/&referrer=https://www.google.com.br/>>. Acesso em: 4 out. 2016.

COUTINHO, F. G. de A. Consumo colaborativo: o compartilhamento de produtos e serviços que está modificando os negócios no Brasil. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37., 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: Intercom, 2015. p. 1-15.

CRONBACH, L. J. Coefficient alpha and the internal structure of tests. **Psychometrika** v. 16, n. 3, p. 297-334, 1951.

DALFOVO, M. S.; LANA, R. A.; SILVEIRA, A. Métodos quantitativos e qualitativos: um resgate teórico. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, v. 2, n. 3, p. 1-13, 2008.

ANUÁRIO BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA. **Fórum Brasileiro de Segurança Pública**, 2015.

DIRKS, K. T.; FERRIN, D. L. The role of trust in organizational settings. **Organization Science**, v. 12, n. 4, p. 450-467, 2001.

DUBOIS, E.; SCHOR, J.; CARFAGNA, L. Connected Consumption: a sharing economy takes hold. **Rotman Management**, p. 50-57, Spring 2014.

DUTIL, P. Crowdsourcing as a new instrument in the government's arsenal: explorations and considerations. **Canadian Public Administration**, v. 58, n. 3, p. 363-383, 2015.

EDELMAN, B. Como lançar a sua plataforma digital. **Harvard Business Review**, abr. 2015. Disponível em: < <http://hbrbr.uol.com.br/como-lancar-sua-plataforma-digital/>>. Acesso 04. abr. 2016.

FLYNN, B. B.; SCHROEDER, R. G.; SAKAKIBARA, S. A framework for quality management research and an associated measurement instrument. **Journal of Operations Management**, v. 11, n. 4, p. 339-575, 1994.

FIGUEIREDO, A. B. de; SCARABOTO, D. The systemic creation of value through circulation in collaborative consumer networks. **Journal of Consumer Research**, v. 43, n. 4, p. 509-533, 2016.

FORNELL, C.; LARCKER, D. F. Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, v. 18, n. 1, p. 39-50, 1981.

GANSKY, L. **The mesh: why the future of business is sharing**. Penguin, 2010.

HAIR JR, J. F.; et al. **Análise multivariada de dados**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 67, n. 9, p. 2047-2059, 2015.

HILL, L. A. et al. **Collective genius: the art and practice of leading innovation**. Cambridge: Harvard Business Press, 2014.

JULL, M. The sharing economy and tourism. Tourist accommodation. **European Parliamentary Research Service**. Disponível em:< [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS\\_BRI\(2015\)568345\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS_BRI(2015)568345_EN.pdf)>. Acesso em: 25 set. 2016.

JIMENEZ, M. N. P. La Web 2.0 como instrumento esencial en la economía colaborativa: auge de negocios de dudosa legalidad. **Revista CESCO de Derecho de Consumo**, n. 17, p. 76-84, 2016.

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. **Business horizons**, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010.

LUHMANN, N. **Trust; and, power: two works**. Chichester, NY: Wiley & Sons, 1979.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MAURER, A. M. et al. Yes, we also can! O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil. **Revista BASE**, v. 12, n. 1, p. 68-80, 2015.

MARTIN, C. J. The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? **Ecological Economics**, v. 121, p. 149-159, 2016.

MONT, O. K. Clarifying the concept of product-service system. **Journal of Cleaner Production**, v. 10, n. 3, p. 237-245, 2002.

MENEZES, U. G. de. Consumo colaborativo: relação entre confiança e cooperação. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, v. 5, n. 2, p. 95-111, 2015

NUNNALLY, J. C. **Psychometric theory**. New York: McGraw-Hill, 1978.

ORNELLAS, R. da S. Impactos do consumo colaborativo de veículos elétricos na cidade de São Paulo. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 5, n. 1, p. 33-62, 2013.

OSTROM, E. Collective action and the evolution of social norms. **Journal of Natural Resources Policy Research**, v. 6, n. 4, p. 235-252, 2014.

RATCHFORD, M.; BARNHART, M. Development and validation of the technology adoption propensity (TAP) index. **Journal of Business Research**, v. 65, n. 8, p. 1209-1215, 2012.

RICHARDSON, R. J. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais. In: Beuren, Ilse Maria (Org). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

SAMUEL, A. Established companies, get ready for the collaborative economy. **Harvard Business Review**, 4 mar. 2014. Disponível em: < <https://hbr.org/2014/03/established-companies-get-ready-for-the-collaborative-economy>>. Acesso em: 25 set. 2016.

SAMUEL, A. What customers want from the collaborative economy. **Harvard Business Review**, 8 out. 2015. Disponível em: < <https://hbr.org/2015/10/what-customers-want-from-the-collaborative-economy>>. Acesso em: 25 de set. 2016.

SEGURIDAD, JUSTICIA Y. PAZ. Las 50 ciudades más violentas del mundo 2014. **Seguridad, Justicia y Paz**, v. 19, n. 01, p. 2015, 2014. Disponível em < <http://www.seguridadjusticiaypaz.org.mx/biblioteca/prensa/send/6-prensa/200-as-50-ciudades-mais-violentas-do-mundo-em-2014>>. Acesso 15 ago. 2016.

SCHOR, J. Debating the sharing economy. **Great Transition Initiative**, 2014. Disponível em: <<http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>>. Acesso em: 24. fev. 2015.

SHIRKY, C. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações**. Charleston: Create Space Independent Publishing Platform, 2008.

SISTEMA DE GERENCIAMENTO E ELUCIDAÇÃO DE HOMICÍDIOS DA POLÍCIA CIVIL (SGH), 2016

STOKES, K.; CLARENCE, E., ANDERSON, L., RINNE, A. Making sense of the UK collaborative economy. 2014. **Nesta Collaborative Lab**, p. 48. Disponível em: <[https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making\\_sense\\_of\\_the\\_uk\\_collaborative\\_economy\\_14.pdf](https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf)>. Acesso 5 out. 2016.

TELLES JR, R. Digital Matching Firms: A New Definition in the “Sharing Economy” Space. 2016. **Economics and Statistics Administration**. Disponível em:< <http://www.esa.gov/reports/digital-matching-firms-new-definition-%E2%80%9Csharing-economy%E2%80%9D-space>>. Acesso em: 25 de set. 2016.

ZIKMUND, W. G.; BABIN, B. J. **Princípios da pesquisa de marketing**. São Paulo: Cengage, 2011.

## ANEXO A

### Instrumento para validação

PRINCÍPIOS	ITEM QUESTIONÁRIO	BASE CONCEITUAL
MASSA CRÍTICA	Eu busco sempre compartilhar informações por meio de tecnologias móveis e redes sociais.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Eu acredito que a população, de maneira geral, utilizaria aplicativos móveis visando compartilhar informações sobre segurança pública.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Eu teria interesse em utilizar um aplicativo sabendo que outras pessoas também o utilizariam para compartilhar informações relevantes sobre segurança pública.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Ficaria contente ao saber que meu engajamento em um aplicativo para compartilhar informações relevantes sobre segurança pública motivasse	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)

	outras pessoas, da mesma forma, a compartilhar informações.	
CAPACIDADE OCIOSA	Sabendo que eu teria bastante influência no ambiente do aplicativo, faria com que eu me engajasse mais em compartilhar informações.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	A participação das pessoas em um aplicativo sobre segurança pública significa que elas se importam com o tema.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Sempre haverá um número relevante de pessoas com informações úteis e suficientes que podem contribuir para a segurança pública.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
CRENÇA NO BEM COMUM	Apesar dos benefícios da internet móvel, o contato humano direto ainda é muito importante quando se trata de discussões sobre segurança pública.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Tenho interesse em participar ativamente de um aplicativo sobre segurança pública, pois acredito que terei informações capazes de ajudar outras pessoas.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	O uso de um aplicativo móvel de segurança pública ofereceria maior comodidade às pessoas e privacidade para compartilhar informações.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Sinto-me muito importante em ajudar outras pessoas a se sentirem mais seguras.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Considero uma plataforma digital um recurso eficiente para melhorar a segurança pública.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
CONFIANÇA ENTRE DESCONHECIDOS	Me sinto mais seguro em fornecer informações de segurança pública em um aplicativo onde outras pessoas também emitem opinião sobre a veracidade das informações prestadas.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Sinto-me mais seguro em fornecer informações de segurança pública por meio de um aplicativo em que outras pessoas também avaliam e emitem opiniões sobre a confiança das informações prestadas.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Eu compartilharia informações em uma plataforma de segurança pública porque também tenho a oportunidade de receber ajuda de outros membros da comunidade.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Sinto-me motivado a participar de um aplicativo sobre segurança pública, pois acredito que as informações podem gerar benefícios para a sociedade.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
	Eu confiaria em um aplicativo que compartilhasse informações entre organizações de segurança pública e a sociedade.	(BOTSMAN; ROGERS, 2011)
SEXO	( ) M ( ) F	
IDADE	_____	
ESCOLARIDADE	( ) EnsFundamental ( ) EnsMédio ( ) Graduação ( ) MBA ou Especialização ( ) Mestrado ( ) Doutorado	

Fonte: Elaboração dos autores.