

O descompasso da democracia desconectada

[Clique aqui para ver a notícia no site](#)

Por Eduardo Magrani* e Marianna Borges** A cidade de São Paulo bateu seu recorde no número de abstenções e votos nulos e brancos. Houve quase 2 milhões de abstenções, chegando a 22% do eleitorado, índice mais alto das eleições municipais desde 1988. A soma de abstenções, nulos e brancos supera o número de votos válidos que o prefeito eleito no 1º turno recebeu. No Rio de Janeiro, abstenções, brancos e nulos chegam a um total de 42,54%, superando o número de votos válidos que os dois candidatos ao segundo turno receberam – juntos. A disputa se acirra agora no segundo turno e grande parte do eleitorado se recusa a proferir um voto válido. Os candidatos terão que se esforçar para conquistar novos eleitores. Além disso, ainda há o agravante de uma queda de 9% no número de títulos de eleitor expedidos para jovens entre 16 e 18 anos, em relação a 2012, o que representa menor participação dos jovens. Já se tornou lugar-comum afirmar que nos deparamos com uma crise de representatividade política e que há um sentimento de insatisfação disseminado no Brasil. Seja por qual motivo for, certo é que os candidatos precisam encontrar alguma forma de se reconectar com o eleitorado. As eleições deste ano são uma das mais imprevisíveis. Novas regras de financiamento eleitoral, a crise política e econômica que assola o país e o surgimento de novos partidos contribuem para que a disputa esteja bastante acirrada. Nesse sentido, como poderiam os candidatos resgatar o sentimento de que eles são os que melhor representam seu eleitorado? A resposta a essa pergunta deve passar hoje pelos espaços conectados. O candidato à prefeitura do Rio de Janeiro, Marcelo Freixo, tem não só o hábito de debater suas propostas para a cidade em espaços públicos, mas vê suas conquistas políticas como oportunidade para estar com as pessoas, nas ruas e nas redes. Por exemplo, no primeiro debate da Band, Freixo organizou um ato na Cinelândia para fazer comentários ao debate, que foi transmitido ao vivo por sua página no Facebook. Após o resultado do primeiro turno, Freixo foi comemorar a vitória ao lado dos eleitores nos arcos da Lapa, também com transmissão ao vivo online. Segundo pesquisa do DAPP/FGV, Freixo é o candidato com militância online mais ativa. Marcelo Freixo foi o candidato mais citado nas redes sociais, 2,7 vezes mais do que o líder do primeiro turno. Durante o domingo de votação para primeiro turno, apenas Freixo conseguiu manter mais de 2,4 mil menções por hora nas redes. Estes dados podem nos ajudar a compreender alguns dos fatores que levaram à inserção de Freixo como segundo mais votado no Rio. O Brasil hoje está entre os três países em que se passa mais tempo conectado à internet. Segundo uma pesquisa publicada em 2016, o brasileiro gasta mais de nove horas por dia conectado, seja por um computador, seja por um smartphone. Além disso, o Brasil é o terceiro país com maior número de usuários do Facebook, atrás da Índia e dos Estados Unidos, num cenário em que aproximadamente 95 milhões de pessoas têm acesso à rede. As redes são uma forte alternativa para os candidatos projetarem sua voz. Além disso, para que o governo seja legitimado pelo seu eleitorado após as eleições, não basta apenas que de quatro em quatro anos ele vença nas urnas. É preciso que canais de engajamento e participação sejam criados e possibilitem uma intervenção horizontalizada pelos cidadãos, de preferência, através de um espaço democrático e plural. Nessa linha, muitos canais, apesar de desconhecidos dos cidadãos, já existem. A prefeitura do Rio de Janeiro, buscando participação e diálogo com o cidadão através da tecnologia, criou o Lab.Rio (laboratório de participação), que busca inovar a construção de políticas públicas através da participação direta da população online. Uma das ferramentas que compõem o laboratório é o Desafio Ágora Rio, que permite que pessoas enviem propostas para um determinado tema, que serão primeiramente votadas, e aquelas mais populares levadas ao Prefeito. Ele, então, as discute e justifica quais entram no Plano de Metas da Prefeitura, tudo isso através do hangout, ferramenta de conversa ao vivo do Google. O primeiro desafio foi sobre o Legado Olímpico e Paralímpico de 2016, que recebeu 501 ideias, dentre as quais 25 foram

selecionadas para serem discutidas pelo Prefeito com a população. A metade foi incorporada. O segundo desafio foi sobre mobilidade urbana, que recebeu 460 ideias. Foto: Conteúdo Estadão

O alto caráter democrático deste tipo de ferramenta, no entanto, não parece ter ecoado tanto entre a população. O número de visualizações do hangout com o prefeito debatendo as propostas ao vivo sobre transporte público, é de pouco mais de 1,500. A Prefeitura do Rio tem um canal no Youtube que promove hangouts entre o prefeito e diversos profissionais, dentre os quais jornalistas e professores, que fazem perguntas especializadas em determinados temas. De forma semelhante, as visualizações não são muitas, atualmente encontra-se por volta de 4,000. Exemplos de tecnologia e canais de engajamento não faltam. Envolvendo o poder executivo há também o Colab, aplicativo bastante popular entre diversas prefeituras do Brasil. Desenvolvido em Recife, o Colab foi eleito startup de maior impacto social de 2015 pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento. Há mais de 80 prefeituras conectadas para concentrar denúncias de demandas de infraestrutura, sugerir projetos e avaliar serviços. No plano federal há o Portal Participa.br desenvolvido pelo Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro) para a Presidência da República. Há também aplicativos envolvendo o poder legislativo, como o Portal e-democracia, desenvolvido pela Câmara dos Deputados no plano federal, e o Mandato Participativo, da Câmara Municipal de São Paulo. Em meio a tantos exemplos interessantes, resta claro que os mecanismos arcaicos oferecidos por algumas Prefeituras precisam urgentemente se adaptar. Não é raro vermos alguns portais de algumas capitais brasileiras solicitando o preenchimento de um formulário de consulta pública e um endereço de e-mail para envio. Sem contar aquelas que sequer possuem alguma ferramenta. Além disso, a publicidade dessas iniciativas por parte dos órgãos públicos é imprescindível, uma vez que o que garante o caráter verdadeiramente democrático e republicano da iniciativa, é que ela seja utilizada por todos. Num período de crise tão acentuada na democracia brasileira, é fundamental nos valermos de canais de participação direta e impacto em políticas públicas, para alcançarmos maior legitimidade no nosso sistema político. Para que cidadãos se sintam de fato coautores das políticas públicas desenvolvidas pelos governos locais, e progressivamente, regionais e nacional, é preciso exercer o direito e o dever de participação. A tecnologia avançou mais rápido do que a cultura de engajamento político nas plataformas digitais. Para além das manifestações políticas tradicionais, devemos usar essas ferramentas. Conforme o poder público se adapta às novas tecnologias, valorizando os benefícios gerados por uma participação mais frequente pelos meios digitais, nós nos adaptamos a uma cultura de interação política mais constante, para além dos períodos eleitorais. * Professor e Pesquisador do Centro de Tecnologia e Sociedade da FGV DIREITO RIO. ** Pesquisadora do Centro de Justiça e Sociedade da FGV DIREITO RIO.