

Análise de plataformas digitais sobre políticos brasileiros: oportunidade para inovação?

Analysis of digital platforms about Brazilian politicians: opportunity for innovation?

DOI:10.34117/bjdv7n9-407

Recebimento dos originais: 07/08/2021

Aceitação para publicação: 23/09/2021

Lucas de Moraes Mello

Especialista em Design Thinking e Inovação - UFRGS
Av. Polônia, 255/820 – Porto Alegre - RS
E-mail: mello.lm@gmail.com

Istefani Carísio de Paula

Pós-doutorado em Engenharia de Produção - UFRGS
Av. Osvaldo Aranha, 99 / 5º andar – Porto Alegre - RS
E-mail: istefani@producao.ufrgs.br

RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar plataformas digitais já existentes sobre políticos brasileiros e apontar caminhos para a criação de uma nova, que seja mais confiável, imparcial e fácil de usar. A metodologia utilizada nesse trabalho foram as etapas iniciais do design thinking propostas por Vijay Kumar (2013) em seu livro 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization. Os resultados obtidos apontam oportunidade e lacunas para proposição de uma plataforma digital que funcionaria como uma base de dados para expor resultados de votações, posicionamentos e outras informações úteis aos eleitores. Além disso, essa plataforma também permitiria que qualquer cidadão possa filtrar e combinar informações para ajudar na escolha do político que melhor lhe represente.

Palavras-chave: Design Thinking, Plataforma digital, Política, Big Data, Inovação.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze existing digital platforms about Brazilian politicians and to offer ways to create a new one that is more reliable, impartial and easier to use. The methodology used in this work were the initial stages of design thinking proposed by Vijay Kumar (2013) in his book 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization. The results obtained point to opportunities and gaps for proposing a digital platform that would work as a database to expose voting results, positionings and other useful information to voters. In addition, this platform would also allow any citizen to filter and combine information to help choose the politician who best represents them.

Key-words: Design Thinking, Digital Platform, Politics, Big Data, Innovation.

1 INTRODUÇÃO

O cenário político brasileiro mudou radicalmente nas últimas eleições presidenciais de 2018. Na época, surgiram diversas pesquisas que indicavam que uma grande quantidade de eleitores iria votar em branco ou nulo. Em 2 de agosto de 2018, a manchete da Agência de Notícias da Confederação Nacional da Indústria (CNI) afirmava que “59% dos brasileiros dizem não saber em quem votar ou vão anular o voto, aponta CNI-Ibope”. O percentual foi o maior das últimas cinco eleições. Entre as principais justificativas destes números estão a alta insatisfação com a corrupção e o descrédito com a classe política (AGÊNCIA DE NOTÍCIAS CNI, 2018).

Em outra pesquisa, também de 2018, o Brasil ficou em último lugar entre 137 países pesquisados no quesito “confiança pública em políticos”. Este dado é do Índice de Competitividade Global 2018 e foi divulgado em matéria do dia 30 de julho do mesmo ano pelo jornal Gazeta do Povo. Na manchete, a dúvida: “Por que o Brasil é o país no mundo que menos confia nos políticos?”. Uma das perguntas do relatório era “No seu país, como você avalia os padrões éticos dos políticos?” e podia ser respondida com notas entre 1 (extremamente baixo) e 7 (extremamente alto). A média do Brasil ficou em 1,3 (GAZETA DO POVO, 2018).

Em um estudo publicado em 2020 na revista *Brazilian Journal of Development*, feito majoritariamente com jovens (15 a 20 anos) do Distrito Federal e seu entorno, constatou-se que mais de um quarto dos entrevistados considerava que “em algumas situações é melhor uma ditadura do que uma democracia”. Mais da metade também afirmou não estar “nada satisfeito com a democracia” (VASCONCELOS, GONZÁLEZ, MARQUES, 2020). Mesmo sendo dados muito específicos, é bastante preocupante perceber que esse recorte tão jovem da população não confia em nosso sistema político.

Na tentativa de oferecer informações sobre políticos brasileiros e como eles se comportam no ato de suas funções, surgiram diversas plataformas como Observatório Nacional, Ranking dos Políticos e Atlas Político. Cada uma possui suas peculiaridades, mas o ponto em comum é que todas trabalham com um sistema de ranqueamento com base em notas e modelos matemáticos definidos por metodologias próprias. A plataforma entrega ao usuário uma classificação do “melhor” ao “pior” parlamentar, mas não abre muito espaço para explorar esses dados. Algumas dessas plataformas defendem suas próprias agendas e ideologias, fazendo com que sua credibilidade seja altamente questionada.

Diante desse cenário, como prover informações confiáveis e úteis sobre políticos brasileiros para que a população possa decidir de forma mais segura e assertiva em quem votar? Para tentar resolver esse questionamento é necessário passar pelas etapas do processo criativo. Assim, o objetivo deste artigo é analisar plataformas digitais já existentes sobre políticos brasileiros e apontar caminhos para a criação de uma nova, que seja mais confiável, imparcial e fácil de usar. A ideia subjacente é criar uma base de dados neutra para expor resultados de votações, posicionamentos e outras informações verdadeiramente úteis aos eleitores sem julgamentos, "notas" ou classificações de parlamentares, deixando ao cidadão o próprio julgamento com base em seus valores pessoais. Este projeto se justifica pelo fato de que, sempre quando chegam as eleições, as pessoas ficam angustiadas com tantas opções e pouca informação confiável. Por não saberem onde procurar informações confiáveis, muitos decidem por votar em branco ou nulo. Como um país vai crescer e se desenvolver se sua população não tem as informações necessárias para poder votar de forma consciente? A principal contribuição deste trabalho será identificar, em plataformas existentes, funcionalidades úteis ao desenvolvimento de uma plataforma segura para que cidadãos façam as melhores escolhas e tenham transparência e representatividade naqueles que nos governam.

1.1 REFERENCIAL TEÓRICO

Sempre que chega a época das eleições, somos inundados por propagandas políticas com candidatos que prometem inúmeras mudanças, mas no fim das contas, será que eles realmente acreditam e lutam por essas propostas? As votações de Projetos de Leis e propostas no Congresso, além de outros posicionamentos, podem ajudar a mostrar quem eles realmente são.

Quem quer saber mais informações sobre esses políticos precisa perguntar a opinião de amigos e parentes ou pesquisar em sites como o Portal da Transparência, Congresso em Foco ou Tribunal Superior Eleitoral, que não possuem um design muito amigável e não oferecem meios para cruzar dados e informações. Outra opção é esperar que a imprensa faça algum levantamento em matérias jornalísticas, mas como é sabido, cada veículo de mídia tem um viés próprio e está mais alinhado a certas pautas, portanto, não são imparciais. Até hoje é difícil achar um lugar onde essas informações estejam expostas para todos de forma simples, direta e neutra.

Existem alguns sites que se propõe a organizar isso, como o Observatório Político. O site é mantido pela Confederação Nacional de Municípios, que se intitula como “A

maior entidade municipalista da América Latina” (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DOS MUNICÍPIOS, 2021). Conforme explicado na página sobre a metodologia utilizada na plataforma, percebemos que seu foco são as pautas dos municípios: “O Observatório Político objetiva identificar e classificar os deputados federais e senadores com o perfil Municipalista ou seja, os que atuam em consonância com os interesses dos Municípios” (OBSERVATÓRIO POLÍTICO, 2021). Com base na classificação das pautas, os políticos são colocados em um ranking, que vai definir se eles têm mais ou menos aderência ao movimento municipalista.

Outro exemplo é o Atlas Político, uma plataforma para inteligência de dados e engajamento político. Criada por dois brasileiros com passagem pela Universidade de Harvard, o site se propõe a ranquear políticos com base em fatores (por eles chamados de dimensões): Representatividade [D1], Campanha Responsável [D2], Ativismo Legislativo [D3], Debate Parlamentar [D4], e Fidelidade Partidária [D5]. Conforme descrito na metodologia: “O Ranking 5D é uma ferramenta para comparar o desempenho dos deputados e senadores brasileiros a partir de critérios objetivos” (ATLAS POLÍTICO, 2020) O propósito desse ranking é mostrar a competência dos congressistas ao defenderem uma agenda política independente da ideologia.

O último exemplo e, provavelmente o mais famoso de todos, é o Ranking dos Políticos. Logo na capa o site já deixa claro o seu propósito: “O Ranking existe para ajudar na avaliação dos Senadores e Deputados Federais. Medimos a atuação dos parlamentares no combate à corrupção, aos privilégios e ao desperdício da máquina pública. Somos independentes e sem ligação com partidos ou grupos de interesse” (RANKING DOS POLÍTICOS, 2020). Muito parecido com os exemplos previamente citados, esta plataforma tem como objetivo classificar deputados e senadores de acordo com seus posicionamentos nas principais votações do Congresso e do Senado, além de outros fatores como privilégios, gastos com dinheiro público, entre outros. Os critérios são definidos por um Conselho de Avaliação de Leis, que é “composto por profissionais com reconhecida capacidade analítica e boa reputação no mercado, com formação em áreas como Economia, Engenharia e Administração. Os Conselheiros procuram avaliar as leis de acordo com sua relevância, principalmente para combater a corrupção, os privilégios e o desperdício de recursos públicos” (RANKING DOS POLÍTICOS, 2020).

Ao avaliar as leis, cada uma recebe uma pontuação que pode variar entre -30 a +30. Leis boas recebem pontuação positiva; leis ruins, pontuação negativa. O valor da lei é somado à pontuação do parlamentar, de acordo com a maneira com que ele votou. Na

página inicial do site é exposto esse ranking, começando pelos políticos mais bem avaliados segundo os critérios estabelecidos pelo Conselho.

Entretanto, ao olhar com mais atenção, é possível notar que, dos 19 nomes que aparecem no topo do ranking em 17 de agosto de 2020 (data em que foi feito este levantamento), a grande maioria são de partidos mais alinhados à direita e ao liberalismo econômico. Ao acessar a página sobre o projeto, fica bem claro que a plataforma é guiada por princípios mais econômicos e menos sociais. Nessa página há uma série de perguntas que ajudam a conhecer melhor o projeto. À pergunta “O site se posiciona em relação a temas econômicos e jurídicos?” encontra-se a resposta “Sim. Temos firmes valores e princípios a respeito de temas econômicos e de liberdade. Nosso sistema de pontuação baseia-se nesses valores. [...] Não somos absolutamente "neutros" (se é que exista alguém que seja) e o visitante que navegar pelo nosso site precisa saber disso antes de usar esse projeto. Não temos nada a esconder” (RANKING DOS POLÍTICOS, 2020). Ao falar sobre temas sociais como aborto, pena de morte ou casamento entre homossexuais, o site considera estes temas como delicados e não merecedores de foco por conta da grande divergência de opiniões, além de essas pautas não influenciarem na pontuação dos parlamentares: “Esse tipo de tema não influencia o ranking, nem pra melhor nem para pior. Entendemos essas questões como assuntos particulares e delicados, na qual as opiniões dos brasileiros divergem consideravelmente. Focamos em assuntos em que o consenso é muito maior entre os cidadãos, como por exemplo o combate à corrupção” (RANKING DOS POLÍTICOS, 2020). É justo considerar um assunto “mais consenso” do que outro? A quem é e a que finalidade interessa esse tipo de classificação?

Aqui fica claro que o Ranking dos Políticos tem compromisso com uma ideologia e possui um Conselho que define quais pautas são mais ou menos relevantes, portanto, ele não é neutro (e nem tem pretensão de ser) e deve ser olhado com muita cautela pela população. Em matéria jornalística de 2018 do Intercept Brasil, percebe-se que, apesar de o site se dizer “totalmente independente”, seus conselheiros estão ligados a políticos que querem impulsionar uma agenda liberal no país, portanto ligados a uma ideologia.

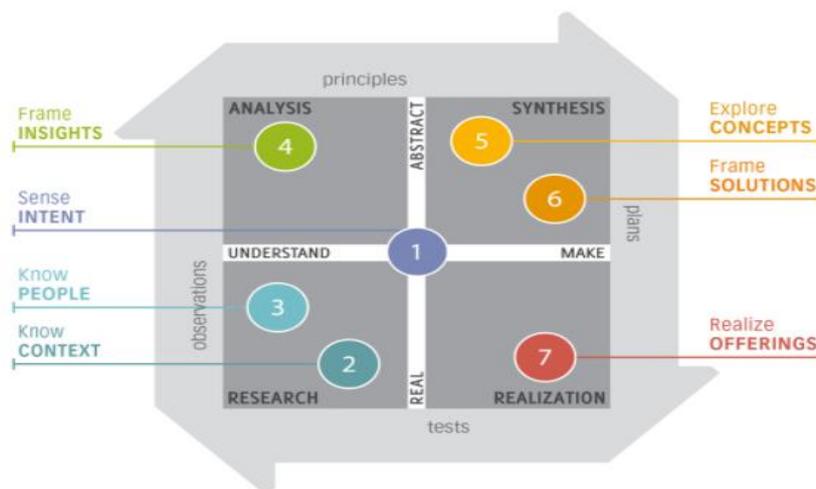
Também é possível notar, através dos três exemplos citados até aqui, que todas estas plataformas possuem um sistema de classificação (ranking) baseado em pontuações e fatores definidos por alguma metodologia ou equipe de profissionais. Ao eleitor não é dada a possibilidade clara e simples de pesquisar por pautas e assuntos do seu interesse pessoal, pois a informação fica limitada a uma classificação previamente definida na plataforma.

Para resolver o problema proposto, a principal referência utilizada neste trabalho foram as sete etapas do **Design Thinking** propostas por **Vijay Kumar** em *101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization* (2013).

Para o autor (2013), o processo de inovação começa observando e aprendendo com problemas no mundo real e situações cotidianas. Depois, é necessário tentar entender o real através de conceitos e modelos abstratos para repensar os problemas de novas formas. Por último, são explorados conceitos em termos abstratos para, só depois, testá-los e, de fato, implementá-los no mundo real. “Isso requer fluidez em nosso modo de pensar entre o real e o abstrato” (KUMAR, 2013).

Como em qualquer processo criativo, o Design Thinking oscila entre diversos momentos, com idas e vindas no modo de pensar e de agir. No método proposto por Kumar (2013), o autor divide uma matriz 2x2 (Figura 1) em quatro quadrantes: “Real” versus “Abstrato” e “Entender” versus “Fazer”. O quadrante inferior esquerdo é chamado de “Pesquisar”, representando o momento de entender a realidade. O quadrante superior esquerdo é o “Analisar”, onde são processadas as informações sobre a realidade, mas de forma abstrata. O quadrante superior direito é chamado de “Sintetizar”, pois é onde os modelos abstratos das análises gera novos conceitos para inovação. O último quadrante, “Realizar”, é a etapa onde os conceitos serão implementados e oferecidos ao usuário/cliente. Para Kumar (2013), esses quatro quadrantes, combinados, formam um processo estruturado para a inovação. E dentro desse processo estão as sete etapas: Sense Intent, Know Context, Know People, Frame Insights, Explore Concepts, Frame Solutions e Realize Offerings.

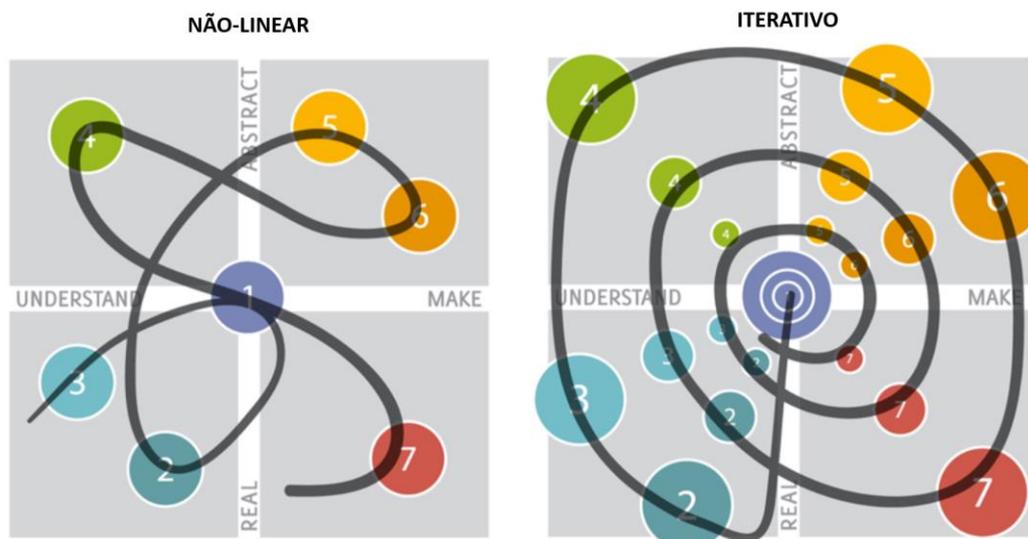
Figura 1 - Matriz ilustrativo do processo de Design Thinking proposto por Vijay Kumar.



Fonte: Kumar (2013)

Apesar do termo “processo” implicar uma sequência linear de acontecimentos, o Design Thinking é um processo **não-linear** (Figura 2). É comum um projeto começar por um apanhado geral de ideias, mas depois dar um passo para “trás”, fazer uma pesquisa para depois analisar e validar a ideia inicial. Portanto, o processo proposto por Kumar entende que não existe um “ponto de partida”, podendo ser iniciado em qualquer etapa e pode seguir pelas etapas que forem necessárias. Além disso, o processo também é **iterativo** (Figura 2), ou seja, requer diversos ciclos e repetições de etapas até chegar, de fato, no final. Em alguns projetos, talvez sejam precisos muitos ciclos para lapidar os conceitos, ao passo que em outros, não sejam tão necessários. Kumar (2013) sugere que quanto mais iterações, mais chances de criar uma inovação de maior valor ou de sucesso, desde que o processo não se torne muito longo e disperso.

Figura 2 - O processo é não-linear e iterativo



Fonte: Kumar (2013)

2 MÉTODO

A seguir, as etapas Sense Intent e Know Context serão detalhadas. Por conta do escopo deste artigo, apenas essas duas etapas serão abordadas.

2.1 SENSE INTENT

A primeira etapa foi o Sense Intent, onde foram aplicadas a Matriz de Tendências, para mostrar como as pessoas votavam no passado, como é no presente e como poderá ser no futuro; e o Buzz Report, para vermos como a mídia e as pessoas percebem o cenário político brasileiro. Nessa etapa é definida a intenção do projeto, ou seja, qual caminho será seguido. Kumar (2013) define esse momento como uma busca constante pelas

últimas tendências e mudanças que acontecem no mundo, com o objetivo de tentar perceber onde surgirão novas oportunidades para, futuramente, testá-las. O resultado desta etapa foram diretrizes e evidências da relevância do trabalho.

2.2 BUZZ REPORT

Ao usar o método do Buzz Report, o objetivo foi procurar na grande mídia, nas redes sociais e nas conversas com conhecidos, ideias e inspirações para desenvolver a plataforma aqui proposta e para justificar o trabalho. Segundo Kumar, o Buzz Report “encoraja a curiosidade sobre os desenvolvimentos mais recentes e inspira novos rumos para a inovação” (KUMAR, 2013). Através dessa pesquisa foi possível notar que existe demanda e vontade das pessoas em ter mais acesso e transparência nos dados sobre a política brasileira, além de uma percepção geral de desesperança com relação ao assunto.

A pesquisa “Percepções da Crise” (Figura 3), da Fundação Getúlio Vargas (FGV), feita através de micro dados do Gallup World Poll, comparou o Brasil com 124 países em temas como medo da violência, descrença no sistema político e desconfiança no Governo Federal. A comparação com os países pesquisados deixou o Brasil em penúltimo pior lugar entre os três temas citados. A taxa de desaprovação das lideranças políticas brasileiras foi de 86%, a mais alta do planeta e da série histórica. Os dados são de 2017, mas mostram como, nos últimos anos, existe uma crescente descrença e indignação da população do país para com seus representantes.

Figura 3 - Pesquisa Percepções da Crise traça comparativo da percepção do brasileiro com o mundo



Pesquisa inédita traça comparativo da percepção do brasileiro com restante do mundo

Os dados subjetivos em escala global, mostrados na pesquisa, trazem luzes sobre valores e particularidades da situação brasileira em curso. O estudo comparou a evolução da percepção dos brasileiros com a de 124 países em alguns dos temas mais sensíveis do contexto atual: medo da violência, descrença no sistema político e falta de confiança estatal.

Fonte: FGV (2017)

Nessa pesquisa feita em 2018 (Figura 4), do Instituto Locomotiva/Ideia *Big Data*, percebe-se que a grande maioria dos brasileiros não se sentem representados pelos

políticos em exercício no país (96%), não percebem os políticos como transparentes (95%) e acham que eles estão mais preocupados em se manter no poder do que em governar (95%). Estes dados são alarmantes e mostram como a população carece de informação sobre os representantes que estão no poder.

Figura 4 - Pesquisa mostra como os brasileiros não se sentem representados por políticos

Brasileiros não se sentem representados por políticos em exercício, aponta pesquisa

Levantamento ainda mostra que 95% dos entrevistados afirmam que políticos não são transparentes; 94% acreditam que governantes não pensam na população para tomar decisões.

Fonte: Instituto Locomotiva/Ideia Big Data (2018)

No Índice de Competitividade Global 2018, do World Economic Forum (Figura 5), o Brasil ficou em último lugar entre 137 países no quesito “confiança nos políticos”. O país aparece atrás de países em conflito, que também sofrem com corrupção, monarquias absolutistas e regimes opressores, como Venezuela, Zimbábue, Paquistão e Nicarágua. O desânimo generalizado também é muito explorado pela grande mídia, diariamente noticiando a corrupção dos políticos e escândalos em todas as esferas públicas, reforçando a narrativa de que “nenhum político presta”.

Figura 5 - Relatório na Gazeta do Povo diz que o Brasil é o país que menos confia nos seus políticos

Por que o Brasil é o país no mundo que menos confia nos políticos?

Não é novidade que os brasileiros têm pouca confiança em seus políticos. Mas uma recente pesquisa colocou o país em último lugar do ranking em relação a como a população avalia os padrões éticos dos políticos, atrás de regimes opressores, monarquias absolutistas e países em conflito

Fonte: World Economic Forum (2018)

Figura 6 - Pesquisa afirma que mais da metade dos brasileiros não sabia em quem votar nas últimas eleições presidenciais

59% dos brasileiros dizem não saber em quem votar ou vão anular o voto, aponta CNI-Ibope

O percentual é o maior das últimas cinco eleições, considerando as respostas espontâneas. Quando os eleitores são apresentados a uma lista de candidatos, 59% apontam uma opção, mas 73% desses admitem que podem mudar de opinião até outubro

Fonte: CNI-Ibope (2018)

Nessa pesquisa (Figura 6) feita para a eleição presidencial de 2018, a CNI-Ibope constatou que 31% dos entrevistados afirmaram que iriam votar em branco e 28% não sabiam em quem iriam votar. Esses percentuais representam mais da metade dos entrevistados (59%) e foi o maior índice das últimas cinco eleições. A pesquisa foi feita em agosto, portanto muito próxima das eleições que ocorreram em outubro daquele ano.

2.3 MATRIZ DE TENDÊNCIAS

Segundo Kumar, “uma Matriz de Tendências apresenta um resumo de alto nível de como as tendências e forças de mudança afetam tecnologia, negócios, pessoas, cultura e política” (KUMAR, 2013). Na matriz desenvolvida para esse projeto (Quadro 1), foi analisado o voto no Brasil e o comportamento das pessoas e da sociedade como um todo através do tempo.

Quadro 1 - Matriz de Tendências

	PASSADO	PRESENTE	FUTURO
Tecnologia	Até os primeiros anos da República, qualquer papel poderia ser depositado na urna eleitoral. O voto podia até ser feito por uma declaração em voz alta. A votação pela cédula oficial de votação só	A urna eletrônica surgiu em 1996 para substituir a votação pela cédula e está em vigor até hoje. Ela é considerada uma das urnas de votação mais modernas e seguras do mundo.	Com a pandemia de Covid-19 e as medidas de isolamento social, surge a necessidade de modernizar nosso sistema de votação. O TSE já está estudando a possibilidade de, no futuro, o voto ser feito pelo celular.

	<p>começou a partir de 1955 e ajudou a padronizar os votos.</p>		
Negócios	<p>Início do Marketing 1.0, pós Revolução Industrial e Fordismo. O foco era no produto e na produção em massa, não havendo grandes preocupações com o que o consumidor realmente queria ou precisava. Nos anos 1990 o Brasil passava por um processo de abertura econômica, que trouxe mais inovação e competitividade para alguns setores da economia, mas para outros acabou não sendo tão benéfico pois a indústria nacional não conseguiu competir.</p>	<p>Intensificação da cultura do consumo através do consumo não mais do produto físico em si, mas do que ele representa, um signo. Evolução dos conceitos de marketing: 2.0 (centrado no consumidor), 3.0 (foco nos valores humanos e inspirações do consumidor) e 4.0 (desdobramento do 3.0 inserido em uma lógica de economia digital e internet. Ascensão do marketing de influência.</p>	<p>A pandemia em 2020 acelerou a entrada do marketing na etapa 5.0, em que o uso de tecnologias inovadoras, como inteligência artificial, tecnologia, sensorial, processamento de linguagem natural, internet das coisas, entre outras, serão intensificadas. E com o crescimento das gigantes da tecnologia como Amazon, Google, Facebook e Apple, entramos na era do Capitalismo de Vigilância, onde estas empresas vendem nossos dados e conseguem, não só prever o que queremos comprar, mas também conseguem influenciar nosso poder de decisão, seja para compra de produtos/serviços ou até mesmo para decidir uma eleição.</p>
Pessoas	<p>Pessoas morriam cedo, não existia vacina. Acesso à saúde e saneamento básico eram muito precários. Baixa escolaridade e falta de métodos contraceptivos resultavam em famílias mais numerosas. Voto de cabresto e coronelismo eram muito comuns.</p>	<p>Aumento da expectativa de vida da população com a popularização das vacinas e mais obras de saneamento básico. Criação do SUS em 1988, atualmente um dos maiores programas de saúde pública do mundo, amplia o acesso à saúde básica para toda a população brasileira. Busca por um estilo de vida mais saudável, “fit”.</p>	<p>Aumento da alimentação vegana ou vegetariana, principalmente entre jovens. Automação e robotização vão mudar radicalmente o trabalho no mundo nos próximos 15 a 20 anos. Concentração de renda cada vez mais forte na mão de poucos vai causar a diminuição da classe média e o aumento da insatisfação da população.</p>
Cultura	<p>Pós guerra mundial, início do período da</p>	<p>A década de 1960 é marcada pelo movimento da contracultura, que visava</p>	<p>Futuro pós-pandemia vai mudar shows, festivais, cinema e eventos em geral. Mais problematização e</p>

	<p>Guerra Fria, divisão entre capitalismo e socialismo. Golpe militar no Brasil a partir de 1964 com forte repressão e tortura de quem se opunha ao regime. Valorização da família, da tradição e dos “bons costumes”. Crescimento do nacionalismo e do populismo. Durante os 20 anos de ditadura, não ocorreu nenhuma eleição direta para Presidente da República.</p>	<p>questionar os padrões sociais, sexuais, religiosos, institucionais, etc., da época. Liberalismo sexual e fortalecimento do movimento feminista. Mulheres só tiveram seu direito efetivo ao voto a partir da Constituição de 1988. Maior preocupação com questões ambientais.</p>	<p>discussão em sociedade sobre direitos de minorias, empoderamento feminino, negro e LGBTQIA+.</p>
<p>Política</p>	<p>Até 1821 o voto era limitado ao âmbito municipal e permitido apenas a homens livres. Já no Império, era possível eleger deputados e senadores, mas era necessário ter um mínimo de renda para poder votar. Com a Proclamação da República (1889), o país adotou o presidencialismo, mas ainda assim, menores de 21 anos, mulheres, analfabetos, mendigos, soldados rasos, indígenas e integrantes do clero não podiam votar.</p>	<p>A partir da Era Vargas (1930), são criados o Tribunal Superior Eleitoral e os Tribunais Regionais Eleitorais, além da instituição do voto feminino e do voto secreto. Mas foi apenas com a Constituição de 1988, após a redemocratização do Brasil, que o voto foi consolidado como universal, independente da renda, raça ou religião dos eleitores, permanecendo assim até os dias atuais. Atualmente vemos a ascensão de grupos minoritários na política.</p>	<p>Possível crescimento das candidaturas ou mandatos coletivos, onde um(a) porta-voz concentra as demandas de outros cocandidatos, trazendo mais diversidade e pluralidade ao debate político. O avanço das redes sociais e dos algoritmos, pode contribuir para um aumento da polarização partidária e dos radicalismos.</p>

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2021)

2.4 INTENT STATEMENT

Como produto final dessa etapa, deve ser criado um “intent statement”, que pode ser traduzido como a intenção do projeto. Normalmente, esse statement é materializado na forma de uma ou duas frases, apresentadas de forma clara e direta, contendo os aspectos chave do projeto e seu objetivo (KUMAR, 2013). Sendo assim, a intenção do projeto é: **“Criar uma plataforma que vai fornecer informações confiáveis e úteis sobre políticos brasileiros para que a população possa conhecer melhor seus representantes e decidir de forma mais assertiva em quem votar.”**

2.5 KNOW CONTEXT

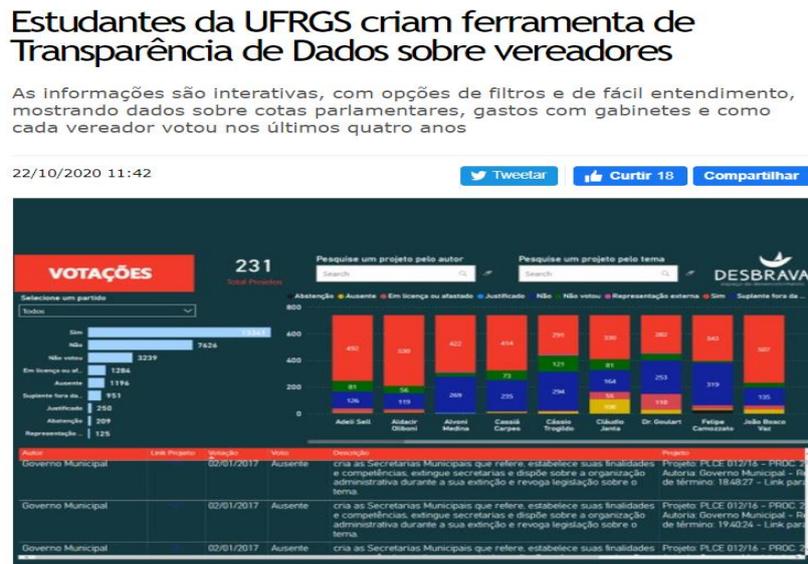
Se na etapa anterior o foco era ter uma visão mais abrangente das tendências e das mudanças que ocorrem no mundo e ao nosso redor, agora o foco é entender mais a fundo o contexto em que este trabalho está inserido. Na etapa de **Know Context** foi feita uma pesquisa desk para levantamento das plataformas que já. O resultado desta etapa foram funcionalidades das plataformas existentes, que mostram como selecionam e organizam candidatos, que serão apresentadas no final deste artigo. “O objetivo é obter o maior número de insights possível sobre o contexto, se preparar para, confiantemente, explorar oportunidades e começar a vislumbrar caminhos para o futuro” (KUMAR, 2013).

2.6 POPULAR MEDIA SEARCH

Esse método busca qualquer assunto novo que está sendo dito no contexto trabalhado, com o objetivo de encontrar outros projetos e soluções interessantes que possam servir de inspiração (KUMAR, 2013). A seguir, serão listados alguns projetos com propostas parecidas, resultados dessa pesquisa.

Idealizada por estudantes dos cursos de Engenharia de Produção e Engenharia Mecânica da UFRGS, o projeto da Desbrava apresenta um painel (Figura 7) com diversos dados sobre vereadores de Porto Alegre, como gastos e votações em projetos de lei. Como o painel foi feito no Power BI, software da Microsoft, o funcionamento é muito parecido com as tabelas do Excel. É possível comparar dados entre partidos e os gráficos ajudam a tornar as informações mais visuais. O artigo sobre esse projeto foi publicado no portal de notícias da UFRGS.

Figura 7- Projeto da Desbrava mostra informações sobre vereadores de Porto Alegre



Fonte: UFRGS Notícias (2020)

A plataforma do Vota Cidade (Figura 8) foi idealizada por cinco cidades da Rede Nossas Cidades, organizações sem fins lucrativos presentes em Porto Alegre (RS), Campinas (SP), Americana (SP), Recife (PE) e João Pessoa (PB). Ao entrar na plataforma, a pessoa responde cerca de 30 perguntas sobre diversos temas como políticas públicas, transporte, saneamento básico, educação, saúde, segurança, etc. Do outro lado, os candidatos também respondem às mesmas perguntas. A plataforma, então, compara as respostas dos eleitores com as dos candidatos e apresenta quais tiveram respostas mais parecidas e cria um grau de afinidade. Essa plataforma apareceu na grande mídia, em portais de notícias como Gaúcha ZH e Jornal do Comércio.

Figura 8 - Vota Cidade, plataforma que mostra candidatos com opiniões parecidas com a sua



Fonte: Jornal do Comércio (2020)

O Politize! (Figura 9) é “uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos (OSC) com a missão de formar uma geração de cidadãos conscientes e comprometidos com a democracia, levando educação política a qualquer pessoa, em qualquer lugar” (POLITIZE!, 2021). Por meio da produção de conteúdo acessível, cursos, parcerias com escolas e outras instituições, eles ajudam a levar o conhecimento sobre política e democracia a um grande número de pessoas. A plataforma é citada em grandes veículos da mídia nacional como Folha de São Paulo, Gaúcha ZH, A Gazeta e Nexo.

Figura 9 - Politize! é uma plataforma focada na educação política



Fonte: Politize! (2021)

3 RESULTADOS

Levando em conta os dados apresentados até aqui, foi construída uma tabela comparativa (Quadro 2) com pontos fortes, fracos e interessantes sobre as plataformas mencionadas no início do texto. O objetivo é entender que oportunidades podem ser exploradas a partir da análise de pontos fortes e fracos de plataformas existentes.

Quadro 2 - Comparação entre Plataformas já existentes

	Observatório Político	Atlas Político	Ranking dos Políticos
Pontos positivos	Metodologia clara e bem definida.	Metodologia clara e bem definida.	Explicação sobre projetos de leis.
	Propostas de leis com gráficos e informações úteis.	Mapas estatísticos e gráficos interativos.	É possível criar um ranking personalizado mediante login.
	Vídeos informativos e download de documentos.	Design atraente e simples.	Alta produção de conteúdo, tanto em texto como em vídeo.

Pontos negativos	Design da página datado e não muito intuitivo.	Algumas áreas do site estão com informações desatualizadas ou <i>offline</i> .	Metodologia baseada em interesses próprios.
	Limitado a pautas municipalistas.	Algumas informações podem parecer complexas demais para o público em geral.	Defende uma agenda ideológica, não é imparcial.
Pontos interessantes	Possui área de notícias com produção própria.	Foco em inteligência de dados e big data.	Possui área de notícias com produção própria.
		Oferece serviços de pesquisa e análise de dados a clientes.	Popularidade alta nas redes sociais.
		Possui área de notícias com curadoria feita por empresa externa.	

Fonte: Desenvolvido pelo autor (2020)

Observando-se os aspectos positivos e negativos das plataformas encontradas, foi possível elencar algumas funcionalidades que um sistema de apoio à decisão durante as eleições poderia incluir. Embora não exploradas nos resultados deste artigo, outras plataformas usadas em e-commerce também inspiraram funcionalidades para a solução aqui desenvolvida. A principal funcionalidade seria a possibilidade de filtrar desde o início da busca as informações de interesse do usuário com ênfase nos projetos de lei aprovados pelos parlamentares. Na página inicial do site ficaria um “filtro”, onde o usuário poderá selecionar informações do seu interesse. Por exemplo: o usuário quer saber quais políticos votaram a favor do Projeto de Lei nº 1066, de 2020, que instituiu o Auxílio Emergencial. Esse usuário marca os filtros disponíveis na interface (Figura 10), mais ou menos como funcionam as lojas virtuais de grandes varejistas, onde é possível combinar diversos filtros para conseguir achar exatamente o produto que você procura. Nesse caso, seria a mesma lógica, mas para achar o parlamentar que mais se aproxima da sua linha de pensamento. O usuário também poderá refinar a busca, dessa vez filtrando apenas por parlamentares de um determinado estado, por exemplo, e/ou de um partido. Será possível, também, navegar pelas páginas de cada Projetos de Lei para saber quem votou contra, a favor ou se absteve. Nessa página também terá um resumo do projeto para contextualizar o usuário e um link direto para a página correspondente nos sites da Câmara dos Deputados ou do Senado.

Figura 10 - Exemplo de como o painel da página inicial poderia ser organizado



Fonte: Desenvolvido pelo autor (2021)

Para uma primeira versão da plataforma, produto mínimo viável, entende-se que algumas poucas variáveis poderiam compor uma variedade de buscas por meio de cruzamentos entre elas. Com as funcionalidades citadas na Figura 10, por exemplo, será possível cruzar dados para entender melhor o cenário político brasileiro. Por exemplo, um eleitor pode filtrar alguns dados e descobrir que partidos mais alinhados a uma certa ideologia votam mais a favor de Projetos de Lei (PL) de um certo tipo. De outra forma, parlamentares de uma certa região ou estado votam mais contra certos tipos de pauta.

Quem sabe até um filtro que faça distinção de gênero, para que seja possível saber em quais tipos de PL homens ou mulheres mais votam. A plataforma deverá gerar gráficos e relatórios desses cruzamentos de dados (Figura 11) que poderão ser usados nas redes sociais como conteúdo rico para informar eleitores sobre combinações de informações que não são aparentes num primeiro momento. Potencialmente, o conhecimento gerado pelos cruzamentos dessas informações possa gerar engajamento e conscientização da população.

Das contribuições teóricas do projeto, fica demonstrado que é possível desenvolver um projeto sobre política com etapas do *design thinking*. Entende-se que a política prescinde de ações de inovação, inclusive no que diz respeito à acesso a informações para o cidadão escolher seus parlamentares. Como contribuição prática fica a proposição de funcionalidades para uma plataforma que poderá evoluir para realmente ajudar as pessoas a saberem em quem estão depositando suas esperanças para construir um país melhor e mais justo para todos.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA de Notícias CNI. Brasília, 02 de ago. de 2018. 59% dos brasileiros dizem não saber em quem votar ou vão anular o voto, aponta CNI-Ibope. Disponível em: <<https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/institucional/59-dos-brasileiros-dizem-nao-saber-em-quem-votar-ou-vao-anular-o-voto-aponta-cni-ibope/>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

ATLAS POLÍTICO. Atlas Político: a plataforma independente de monitoramento e notícias sobre a política brasileira, c2020. Página Inicial. Disponível em: <<http://atlaspolitico.com.br/>>. Acesso em: 18 de ago. de 2020.

ATLAS POLÍTICO. Atlas Político: a plataforma independente de monitoramento e notícias sobre a política brasileira, c2020. Quem Somos. Disponível em: <<http://atlaspolitico.com.br/quem-somos>>. Acesso em: 18 de ago. de 2020.

Brasileiros não se sentem representados por políticos em exercício, aponta pesquisa. G1, 02 de fev. de 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/brasileiros-nao-se-sentem-representados-por-politicos-em-exercicio-aponta-pesquisa.ghtml>>. Acesso em: 18 de fev. de 2021.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS. Observatório Político, c2014. Página inicial. Disponível em: <<http://www.politico.cnm.org.br/>>. Acesso em: 18 de ago. de 2020.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE MUNICÍPIOS. Observatório Político, c2014. Metodologia. Disponível em: <<http://www.politico.cnm.org.br/pagina/interna/metodologia>>. Acesso em: 18 de ago. de 2020.

CRANCIO, Fernanda. Plataforma Vota Cidade permitirá ao eleitor encontrar candidatos a vereador por afinidade. Jornal do Comércio. Porto Alegre, 26 de out. de 2020. Disponível em: <https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/politica/2020/10/762963-plataforma-vota-cidade-permitira-ao-eleitor-encontrar-candidatos-a-vereador-por-afinidade.html> Acesso em: 8 de nov. de 2020.

Estudantes da UFRGS criam ferramenta de Transparência de Dados sobre vereadores. UFRGS, 22 de out. de 2020. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/ufrgs/noticias/estudantes-da-ufrgs-criam-ferramenta-de-transparencia-de-dados-sobre-vereadores?s=09>>. Acesso em 08 de nov. de 2020.

FILHO, João. Atenção, eleitor: não caia no engodo chamado “Ranking dos Políticos”. Intercept Brasil. Rio de Janeiro, 08 de ago. de 2018. Disponível em: <<https://theintercept.com/2018/08/05/atencao-eleitor-nao-caia-no-engodo-chamado-ranking-dos-politicos/>>. Acesso em 17 de ago. de 2020.

GERMANO, Paulo. "Tinder do voto" mostra os candidatos a vereador que mais combinam com cada eleitor em Porto Alegre. Gaúcha ZH. Porto Alegre, 09 de nov. de 2020. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/paulo->

germano/noticia/2020/11/tinder-do-voto-mostra-os-candidatos-a-vereador-que-mais-combinam-com-cada-eleitor-em-porto-alegre-ckhb4snxc0046016gzdk8m297.html>. Acesso em: 18 de fev. de 2021.

KUMAR, V. 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2013.

MENDES, Helen. Por que o Brasil é o país no mundo que menos confia nos políticos? Gazeta do Povo. Curitiba, 30 de jul. de 2018. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/por-que-o-brasil-e-o-pais-no-mundo-que-menos-confia-nos-politicos-2rxp0c6scuo9304qkpvh1hn2r/>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

Pesquisa inédita traça comparativo da percepção do brasileiro com restante do mundo. FGV, 25 de out. de 2018. Disponível em: <<https://portal.fgv.br/noticias/pesquisa-inedita-traca-comparativo-percepcao-brasileiro-restante-mundo>>. Acesso em: 8 de nov. de 2020.

POLITIZE!. Quem Somos, c2021. Disponível em <<https://www.politize.com.br/quem-somos/>>. Acesso em: 02 de abr. de 2021.

RANKING DOS POLÍTICOS. Ranking do Políticos, c2020. Conselho. Disponível em: <<https://www.politicos.org.br/quem-somos>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

RANKING DOS POLÍTICOS. Ranking do Políticos, c2020. Página Inicial. Disponível em: <<https://www.politicos.org.br/>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

RANKING DOS POLÍTICOS. Ranking do Políticos, c2020. Sobre o Ranking. Disponível em: <<https://www.politicos.org.br/sobre>>. Acesso em: 17 de ago. de 2020.

SENADO FEDERAL. Projeto de Lei nº 1066, c2020. Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141270>>. Acesso em: 06 de mai. de 2021.

VASCONCELOS, Camila, GONZÁLEZ, Rodrigo, MARQUES, Rodolfo. Cultura política e socialização política virtual: influência das redes sociais nas opiniões políticas de jovens estudantes da região do Distrito Federal e de seu entorno. Brazilian Journal of Development, Volume 6, Número 4, 2020.

APÊNDICES

KOTLER, P. Marketing 5.0: Technology for Humanity. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2021.

Sai a urna eletrônica, entra o celular: TSE estuda mudança para votação online. IG Último Segundo, 12 de out. de 2020. Disponível em: <<https://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2020-10-12/sai-a-urna-eletronica-entra-o-celular-tse-estuda-mudanca-para-votacao-online.html>>. Acesso em 13 de out. de 2020.

TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Urna Eletrônica: 20 anos a favor da Democracia. Brasília, 2016. Acesso em: <<https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-urna-eletronica-20-anos-a-favor-da->

democracia/rybena_pdf?file=https://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/tse-urna-eletronica-20-anos-a-favor-da-democracia/at_download/file>. Acesso em: 13 de out. de 2020.

VINICIUS, Márcio. GEREMIAS, Allan Albuquerque. História do voto no Brasil. Politize!, 11 de mai. de 2017. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/historia-do-voto-no-brasil/>>. Acesso em: 08 de nov. de 2020.

ZUBOFF, S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. London: Profile Books, 2019.