

XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã / Mídia Cidadã

**Tema central:
Comunicação Cidadã: gênero, raça, diversidade e redes
colaborativas no contexto da pandemia**

22 a 24 de junho de 2021, online

MOSTRA DE VÍDEO CIDADÃO

**Política em cena: série audiovisual de conscientização política sobre eleições
2020 da TV Câmara Botucatu¹**

Maria Carolina Silva Rocha Vieira; doutoranda do Programa de Pós-graduação em
Comunicação da FAAC/UNESP e jornalista da Câmara Municipal de Botucatu
Adriana Aparecida Ribeiro Fontes, jornalista da Câmara Municipal de Botucatu
Felipe Calejón, técnico de áudio e vídeo da Câmara Municipal de Botucatu
Pedro Vicalvi; técnico de áudio e vídeo da Câmara Municipal de Botucatu
Isabela Ranzani, assistente administrativo da Câmara Municipal de Botucatu

Resumo Expandido

Título do material para Mostra de Vídeo Cidadão

“O candidato prometeu que vai fazer” (Política em Cena #5)

Sinopse

O candidato a vereador Álvaro traz muitas promessas durante esta campanha eleitoral, mas será que tudo o que ele fala está dentro de seu escopo de atuação? Dentre suas propostas, o

¹ Trabalho apresentado na Mostra de Vídeo Cidadão da XIV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã, da XV Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2020-2021, de 22 a 24 de junho de 2021, na modalidade online – realizada ABPCOM – Associação Brasileira de Pesquisadores e Comunicadores em Comunicação Popular, Comunitária e Cidadã e UNESP – Universidade Estadual Paulista / FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Departamento de Comunicação.

que é apenas seu dever como parlamentar municipal e o que apresenta, de fato, como diferencial? A eleitora Giovana está afiada e vai colocá-lo à prova.

Link para acesso

<https://www.youtube.com/watch?v=3guxLQ3k69Q>

Contextualização

O vídeo “O candidato prometeu que vai fazer” foi uma das produções pertencentes à campanha de informação e conscientização para as eleições municipais 2020, intitulada “Ligado nas Eleições”, realizada pela TV Câmara Botucatu, emissora vinculada ao Poder Legislativo da cidade de Botucatu (SP). A série contou com um total de 38 vídeos de diversos formatos audiovisuais – encenações, entrevistas, debates, informativos –veiculados entre o início de setembro e a véspera do pleito, que aconteceu em 15 de novembro.

A TV Câmara Botucatu pertence à Rede Legislativa de Televisão e está no ar desde dezembro de 2016. Hoje, encontra-se nas frequências 31.3 da rede aberta e 2 da Claro NET TV, além de manter toda a produção própria disponível no YouTube. Sua função primordial é fornecer transparência e prestação de contas dos trabalhos legislativos, em especial por meio de transmissões ao vivo das sessões plenárias, como estipula a Lei da Cabodifusão (Lei 8.977, de 6 de janeiro de 1995), única referência normativa sobre o assunto. Para além desta premissa, e desde que se atenha a obrigações do campo público/estatal de radiodifusão (basicamente, não ter fins lucrativos nem vender espaços publicitários), não há legislação clara sobre o que um veículo legislativo deva exibir.

Diante dessa falta de normativa, algumas abordagens que sugerem o que se espera da comunicação pública ajudam a nortear o trabalho das emissoras legislativas, que afinal se inserem no campo público. É o caso de autores como Duarte, que a vêem como “instrumento de interesse coletivo para fortalecimento da cidadania” (2012, p. 60); Brandão (2006), que também a associa intrinsecamente ao conceito de cidadania; e Matos, que propõe como seu principal objetivo promover a cidadania e a participação “por meio da valorização do status do cidadão” (2009, p. 12). Falando especificamente da radiodifusão, o relatório da UNESCO “Indicadores de qualidade das emissoras públicas – Uma Avaliação Contemporânea” defende que as emissoras públicas liderem a busca por uma comunicação no setor que leve

“informação e cultura à sociedade, ajudando-a no acesso à informação independente, no livre trânsito das ideias e na formação crítica dos cidadãos” (BUCCI, FIORINI & CHIARETTI).

Assim, baseando-se nestas e em outras propostas teóricas e com o intuito de fornecer à audiência conteúdo informativo e educativo que gerasse debate, conscientização e engajamento no período pré-eleições, a equipe de servidores que atuam na TV Câmara Botucatu levou a ideia da campanha “Ligado nas Eleições” à Mesa Diretora do Poder Legislativo. Desfrutando de relativa – e essencial – independência editorial, foi dado sinal verde à sua produção. Foram organizados quadros para a campanha, que desta maneira se configuraram:

Quadros da campanha “Ligado nas Eleições”

Quadro	Formato	Número de vídeos	Duração média
Ligado nas Eleições	Informativo	16	1 a 3 minutos
Minuto da Justiça Eleitoral	Informativo	10	1 a 2 minutos
Maratona da Cidadania	Debate	6	37 a 54 minutos
Política em Cena	Encenação	6	3 a 4 minutos
Entrevista com o candidato	Entrevista	4	28 a 33 minutos

Autoria da tabela: VIEIRA, M.C.S.R. et al

O quadro “bruto” do Ligado nas Eleições apresentava informações pontuais sobre o pleito, como locais de votação, diferença entre votos nulos e brancos, datas importantes, como se informar sobre os candidatos, etc., com ancoragem feita por jornalista da TV Câmara. Já o Minuto da Justiça Eleitoral também trazia informações neste sentido, porém ancorado pelo chefe do cartório eleitoral, em uma parceria com a Justiça Eleitoral. Ambos eram exibidos em horários aleatórios na programação da emissora, como interprogramas. A Maratona da Cidadania contou com seis debates exibidos de maneira inédita de terça a quinta-feira à noite, em duas semanas consecutivas. Com o intuito de aprofundar mais o conteúdo proposto para a campanha, porém de uma maneira didática, eles abordaram assuntos como funções do poder municipal, como participar da política, rótulos e ideologias, o que são políticas públicas, educação para cidadania e importância do voto. Entrevistas com os candidatos e a candidata a prefeito(a) foram veiculadas duas semanas antes da eleição, de terça a sexta-feira à noite, seguindo regras eleitorais acordadas entre entrevistados e equipe e com foco no plano de governo. Por fim, o quadro escolhido para esta mostra de vídeos, Política em Cena, foi produzido em parceria com o professor de teatro Elias Pintanel (após o SENAC – Botucatu declinar a proposta, o professor que lá leciona se interessou em encabeçar o projeto) e

consistiu em seis cenas gravadas em pontos diversos da cidade. Os diálogos giravam em torno de temas inerentes à política eleitoral em situações cotidianas. Por exemplo: jovens falando sobre como escolhem e se informam sobre seus candidatos em uma pista de skate; conhecidos comentando sobre consequências de não participar da vida política em um ponto de ônibus; amigos conversando sobre a importância da representatividade em um parque municipal, entre outros. Os seis vídeos foram também veiculados como interprogramas em horários alternados.

Pertinência ao evento

Dentre as possibilidades da campanha Ligado nas Eleições, o quadro Política em Cena foi definido para a Mostra de Vídeo Cidadão por alguns motivos. Primeiramente, ele foi construído em conjunto com representantes da sociedade civil. Ou seja, a emissora legislativa levou a proposta do quadro ao professor Elias Pintanel e, este, com liberdade criativa, desenvolveu os roteiros de filmagem. Ele continuou participando como diretor de cena e revisor de edição. Os atores da Companhia Teatral S.N. foram convidados pelo professor, atuaram de maneira voluntária e também se envolveram na produção. Esta participação direta permitiu que, de maneira inédita na trajetória do canal, a sociedade não fosse incluída somente na etapa final da produção, mas estivesse presente em todo seu processo de elaboração, criação e decisão.

Em consequência, a parceria permitiu que alguns diálogos externassem pensamentos que rotineiramente não seriam pautados na comunicação legislativa, dando voz ao que a sociedade esperava dos seus eleitos no pleito municipal de 2020. Em algumas cenas, personagens apresentavam descontentamento com a política atual, criticavam práticas “viciadas” de agentes políticos e cobravam os candidatos e futuros eleitos. O episódio “O candidato prometeu que vai fazer” é trazido à mostra como representante do quadro, pois consegue ilustrar bem a ideia de tratar a consciência política de maneira crítica, porém lúdica e próxima ao dia a dia do cidadão.

Principais contribuições

No âmbito interno, a série “Ligado nas Eleições” foi um divisor de águas para a comunicação praticada pela TV Câmara Botucatu. Ela firmou o propósito da emissora de ser não só um instrumento de transparência e prestação de contas, mas também de promoção de cidadania e

participação social. Além de resultar em uma melhora técnica (uma vez que a gravação de cenas externas, com diversos atores, nunca tinha sido produzida antes pela equipe) e em uma experimentação de formatos e linguagens, a campanha contribuiu para a constatação da importância de se aproximar a sociedade do Poder Legislativo por meio de seus veículos de comunicação. Esta aproximação continuou acontecendo em um movimento crescente, utilizando-se estratégias diversas: parcerias com entidades da sociedade civil ou outras instituições públicas, participação direta da população nas produções, recebimento de sugestões de pauta, exibição de material cultural e educativo enviado pela população, etc.

Já externamente, produções deste tipo – independentemente de estarem vinculadas ao Poder Legislativo – levam informação relevante ao público em uma linguagem acessível, incentivando nele uma postura cidadã, consciente e crítica perante o cenário político local. Já especificamente vinculadas à comunicação pública, fortalecem o papel das emissoras legislativas em atuarem visando a estas noções e servem de apoio a outras iniciativas similares no setor, que inevitavelmente exigem competência técnica, independência editorial e um objetivo claro de produção de sentido. É importante ainda destacar a característica local do conteúdo, elaborado com atores e profissionais da cidade, o que ajuda a aproximar ainda mais o cidadão das esferas municipais de poder. O vídeo trazido à mostra, por exemplo, teve 107 visualizações no YouTube (onde é mensurável, ou seja, não se considerou o alcance das exibições na rede aberta e fechada de televisão), apresentando número maior do que a média de interação do canal, o que demonstra um resultado positivo entre o público atingido.

Palavras-chave: TV Câmara; comunicação legislativa; comunicação pública; eleições; cidadania.

Bibliografia

BRANDÃO, E. (2006). Usos e significados do conceito de comunicação pública. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 29, 2006, Brasília. Anais... São Paulo: Intercom.

BUCCI, Eugênio; FIORINI, Ana Maria; CHIARETTI, Marco. **Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas** - Uma Avaliação Contemporânea. Brasília: Série Debates CI (Unesco), v. 10, 2012

MATOS, Heloíza. A comunicação pública no Brasil e na França: desafios conceituais. In: **Anais Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom, Curitiba, 2009.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (ORG). **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. Editora Atlas. São Paulo, 2012.