

## **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 Botucatu<sup>1</sup>**

**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

---

<sup>1</sup> 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 Radiodifusão (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”**

<b>Quadro</b>	<b>Formato</b>	<b>Número de vídeos</b>	<b>Duração média</b>
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.