

Santinho do Povo: projeto para a participação política dos jovens¹

Maria Eduarda Rodrigues Gomes Lima²

Jobson José da Silva³

Matheus Aureliano de Souza⁴

Sheila Borges de Oliveira⁵

Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

RESUMO

Neste texto, apresentamos o projeto “Santinho do Povo” que tem como objetivo incentivar a participação política de jovens entre 16 e 18 anos, utilizando peças divulgadas em redes sociais, como TikTok e Instagram, a partir da baixa mobilização juvenil no processo eleitoral. A metodologia envolveu entrevistas (Gil, 2002) com jovens em espaços públicos e escolares, gravação e edição de vídeos com base em dinâmicas de perguntas e desafios. Teoricamente, usamos os conceitos de democracia, de Holden (1996) e Bobbio (1998), e participação, de Bordenave (1994). O projeto destaca a importância da participação do jovem para o exercício do voto e da cidadania e para o combate à desinformação no ambiente digital.

PALAVRAS-CHAVE: jovens; redes sociais; democracia; participação; voto.

INTRODUÇÃO

A crise de representação política, aliada ao avanço da desinformação e à crescente desmobilização da juventude frente aos processos democráticos, tem gerado um cenário preocupante para o futuro da participação cidadã no Brasil. Em um país de história marcada por ciclos autoritários e pela luta por direitos civis, a consolidação da democracia exige não apenas instituições sólidas, mas também uma sociedade civil ativa, plural e informada. No entanto, observa-se um distanciamento progressivo dos jovens em relação ao universo político, motivado tanto pela desconfiança nas instituições quanto pela percepção de que o voto e a participação têm pouco impacto na vida cotidiana (Bezerra; Oliveira, 2013). Com

¹ Trabalho apresentado GTNE14 - Estudos da Comunicação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 a 26 de junho de 2025.

² Graduanda do curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste/Caruaru/UFPE, e-mail: mariaeduarda.gomeslima@ufpe.br

³ Graduando do curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste/Caruaru/UFPE, e-mail: jobson.jose@ufpe.br

⁴ Graduando do curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste/Caruaru/UFPE, e-mail: aureliano.souza@ufpe.br

⁵ Professora orientadora do curso de Comunicação Social, do Centro Acadêmico do Agreste/Caruaru/UFPE, e-mail: sheila.boliveira@ufpe.br

base neste contexto, estamos realizando o projeto “Santinho do Povo” que tem como pergunta central: “Como fazer os jovens se interessarem por política?”

Diante dessa problemática, o projeto desenvolvido parte do entendimento de que a política está presente em todas as dimensões da vida social e que, portanto, pode e deve ser comunicada de forma acessível para os sujeitos em formação. Inspirado em linguagens contemporâneas e nos códigos comunicacionais que circulam nas redes sociais, as famosas *trends*⁶, o “Santinho do Povo” busca informar e provocar reflexão nos jovens, mostrando que sua presença na arena pública é fundamental para a construção de uma democracia mais representativa. Para isso, o projeto recorre aos conceitos de Democracia, segundo Holden (1996) e Bobbio (1998), e de Participação, de acordo com Bordenave (1994), como norteadores teóricos que sustentam nossa investigação, compreendendo o voto como expressão de cidadania e o engajamento como prática cotidiana.

Nesse cenário, as redes sociais, muitas vezes apontadas como espaços de superficialidade ou manipulação, são ressignificadas como ferramentas potentes para a educação política. O projeto se apropria estrategicamente das plataformas [TikTok](#)⁷ e [Instagram](#)⁸ como meios para dialogar com a juventude em seu próprio território simbólico. Através de vídeos com duração de até 1 minuto e 30 segundos, dinâmicos e acessíveis, o “Santinho do Povo” propõe uma nova forma de comunicar política, sem didatismos ou imposições, mas com empatia e leveza, reforçando que democracia não se esgota no ato de votar, mas se constroi nas pequenas escolhas diárias, na escuta do outro e, sobretudo, na convicção de que todo sujeito é capaz de transformar a realidade à sua volta.

METODOLOGIA

Elaborado no âmbito da disciplina de Comunicação e Política, o projeto foi desenvolvido por cinco estudantes do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), em Caruaru. Dessa maneira, refletindo a diversidade de vozes, os integrantes Carla Luísa Carvalho de Mesquita, Jobson José da Silva, Letícia Cavalcante da Silva, Maria Eduarda Rodrigues Gomes Lima e Matheus Aureliano de Souza, dedicaram-se à

⁶ São tendências ou desafios populares na plataforma, que geralmente envolvem músicas, coreografias, hashtags ou conceitos virais. Essas tendências são muito dinâmicas e podem mudar rapidamente, com os usuários criando conteúdos seguindo esses padrões para se juntar ao movimento.

⁷ Rede social onde os utilizadores podem criar, partilhar e descobrir vídeos curtos, geralmente entre quinze segundos e três minutos.

⁸ Rede social visual focada no compartilhamento de fotos e vídeos.

criação de conteúdos audiovisuais e à difusão das mensagens do projeto nas redes sociais por meio de um método de pesquisa qualitativa (Martins, 2004). A identidade visual, inspirada na releitura da obra “Operários” (1933), de Tarsila do Amaral, que retrata a diversidade dos trabalhadores brasileiros, reforça o compromisso com a representatividade e a pluralidade, alinhada aos valores da democracia participativa, ao substituir os rostos originais pelos dos próprios integrantes da equipe.

Desse modo, o processo metodológico do projeto foi delineado em etapas claras e bem estruturadas, contando com a participação da equipe: da concepção da proposta até a entrega do produto final, seguindo as etapas de produção de Prado (2006): pré-produção, produção executiva, produção em andamento e pós-produção. Essas atividades tiveram início com reuniões presenciais e virtuais, por meio da plataforma Google Meet, nas quais foram discutidas as ideias centrais de pré-produção, produção e pós-produção.

As filmagens foram realizadas em três locais estratégicos: o centro da cidade de Caruaru, o campus da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE – CAA) e a Escola Técnica Estadual Nelson Barbalho (ETE). Maria Eduarda Rodrigues Gomes Lima e Matheus Aureliano de Souza atuaram como repórteres, ao conduzir as entrevistas (Gil, 2002) e interagir com os jovens. A captação de vídeo e áudio, bem como a edição dos materiais, ficou sob responsabilidade de Jobson José da Silva e Letícia Cavalcante da Silva, garantindo a qualidade técnica necessária para a pós-produção.

Em seguida, a equipe iniciou a fase de edição e montagem dos vídeos utilizando o aplicativo CapCut. Ao todo, foram produzidos três vídeos, com duração de até 1 minuto e 30 segundos cada. No primeiro, jovens participam de um quiz sobre política, com direito a um “prêmio misterioso”. No segundo, tentam adivinhar músicas com mensagens de engajamento político. No terceiro, respondem a perguntas básicas sobre o processo de votação. Em tom leve e educativo, os vídeos visam reforçar os valores de participação, informação e cidadania.

Simultaneamente, Maria Eduarda Rodrigues Gomes Lima ficou responsável pela criação da identidade visual do projeto e pela produção dos cards de divulgação, utilizando as ferramentas Canva, Illustrator e Photoshop. Também coordenou a impressão dos “santinhos”, peça complementar à campanha digital, fortalecendo o elo com a comunicação offline. As publicações nas redes sociais foram gerenciadas por Carla Luísa Carvalho de Mesquita e Matheus Aureliano de Souza, que asseguraram a coerência visual e a frequência nas postagens, tendo o TikTok como plataforma principal de divulgação, em razão de sua ampla

penetração entre o público jovem, enquanto o Instagram serviu como suporte, reunindo os materiais produzidos e promovendo a interação com os seguidores.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Os conceitos centrais que fundamentam o projeto “Santinho do Povo” são Democracia, segundo Holden (1996) e Bobbio (1998), e Participação, de acordo com Bordenave (1994), incorporados de forma estrutural desde a elaboração das perguntas para as entrevistas com os jovens até a identidade visual e a definição das plataformas de divulgação. Assim, a definição de democracia, adotada parte de Holden (1996), a entende como um sistema em que o povo participa das decisões públicas, destacando a democracia liberal, baseada na proteção das liberdades individuais, na limitação do poder estatal e na realização de eleições livres. Esses princípios foram incorporados à proposta por meio da valorização do voto como instrumento de cidadania e da criação de conteúdos acessíveis que estimulam a participação juvenil sem recorrer a discursos técnicos ou institucionais.

Bobbio (1998) complementa esse entendimento ao associar a democracia formal às regras, instituições e procedimentos que garantem a representatividade política. O projeto buscou tornar esses fundamentos compreensíveis e próximos da realidade juvenil, ao mostrar que a participação política vai além do voto, englobando uma consciência cidadã contínua e exercida no cotidiano.

O conceito de participação, por sua vez, é desenvolvido a partir de Bordenave (1994). O autor define participar como “fazer parte, tomar parte ou ter parte”. Assim, a participação envolve um desenvolvimento ativo, influência e pertencimento. Inspirado por essas ideias, o projeto criou um espaço de protagonismo juvenil, promovendo o reconhecimento de cada entrevistado como agente político, mesmo que não se identificasse, inicialmente, como tal.

Além disso, o projeto se apoia nas reflexões de Empoli (2019), que foram essenciais para compreender os desafios da comunicação política na era digital. Empoli analisa como o uso de redes sociais, algoritmos e *big data*⁹ tem sido instrumentalizado por “trolls”¹⁰ e “agentes do caos” para manipular a opinião pública, disseminar fake news e fomentar a polarização, corroendo a confiança nas instituições democráticas. Frente a esse cenário, o

⁹ Processo de coleta, armazenagem, organização, análise e interpretação de grandes volumes de dados de uma empresa ou mercado de atuação.

¹⁰ Usuário que utiliza a internet para chamar atenção e causar distúrbios por meio de comentários ou publicações que geram polêmica e discórdia.

projeto assume uma postura crítica e propõe uma reapropriação das redes sociais como espaços de informação segura, formação crítica e engajamento cívico.

Assim, o TikTok (<https://www.tiktok.com/@santinho.do.povo>) e o Instagram (<https://www.instagram.com/santinhodopovo/>) foram escolhidos como principais plataformas de divulgação, por sua popularidade entre os jovens e por permitirem uma comunicação leve, acessível e engajada. Os vídeos informativos, inspirados nos conceitos discutidos, evitam a linguagem acadêmica direta, mas traduzem seus princípios em abordagens lúdicas e provocativas, associados à identidade visual, elaborada com base nesses fundamentos.

CONTRIBUIÇÕES DO PROJETO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos vídeos foram despertadas a agilidade e os conhecimentos de política de cada participante da equipe, instigando, também, a capacidade do trabalho coletivo e da importância da apuração das informações coletadas e colocadas no projeto. A ideia foi manter o jovem atento a pequenos detalhes sobre o dia da eleição e o ato de votar, detalhes simples que, muitas vezes, passam despercebidos ou são interpretados de forma errônea, observando também se os jovens estavam atentos a isso, dando informações corretas para que eles pudessem escolher seus candidatos e votar.

Ao final dos desafios, que foram apresentados por meio das peças produzidas para o projeto de educação política da disciplina já citada, todos os participantes ganharam um santinho com a identidade visual e o QR Code que leva até as páginas do projeto (<https://www.tiktok.com/@santinho.do.povo> e <https://www.instagram.com/santinhodopovo/>), reforçando o objetivo do trabalho em trazer materiais informativos e de forma descontraída. Além disso, a estética da campanha foi concebida com o objetivo de atrair o olhar juvenil. Os santinhos físicos, com cores vibrantes, bordas retas, frases curtas em tipografia “Chinese Rocks”, uniram elementos da propaganda política tradicional à linguagem visual contemporânea, auxiliando a identificação do público.

Dessa forma, o projeto “Santinho do Povo” contribuiu para o entendimento de noções que poderiam ser vistas como burocráticas, cansativas e distantes pelos jovens, dando um novo olhar à política e ressaltando a importância da participação desses eleitores pela procura de conhecimento até o ato do voto, e, também, a necessidade de fiscalização no período de mandato. Tudo isso, utilizando de dinâmicas que instigaram a vontade dos participantes pelos

formatos interativos de redes sociais, muito presentes no cotidiano dessa parcela da sociedade.

REFERÊNCIAS

- BEZERRA S. M; OLIVEIRA, H. D. **Juventude no Século XXI: dilemas e perspectivas**. [s.l.] Cànone Editorial, 2013.
- BOBBIO N.; MATTEUCCI, P. **Dicionário de Política**. [s.l.] Editora UnB, 1983.
- BORDENAVE, J. E. D. **O que é Participação?** [s.l.] Editora Brasiliense, 1994.
- EMPOLI, G. **Os Engenheiros do Caos**. [s.l.] Vestígio, 2019.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- MARTINS, H. H. T. S. Metodologia qualitativa de pesquisa. **Educação e Pesquisa, São Paulo, v.30, n.2**, p. 289–300, 2004.
- OUTHWAITE, W. B. T. **Dicionário do pensamento social do século XX**. [s.l.] Editora Schwarcz - Companhia das Letras, 1996.
- PRADO, M. **Produção de Rádio: um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- RIBEIRO, A. P.; FAVRETO, E. K. Trabalho e Alienação em Tarsila do Amaral: Reflexões Sociais a partir da Leitura da Imagem Interdisciplinar da Obra “Operários”. Em: **Trabalho, Capitalismo e Migrações: reflexões, reflexos e ações**. [s.l.] Editora Científica Digital, 2024. p. 121–140.