

## PARTICIPAÇÃO, DELIBERAÇÃO ON-LINE E INTERNET: O VOTENAWEB E AS RELAÇÕES PÚBLICAS

Gabriela Ramos Teixeira<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Graduanda em Relações Públicas pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Campus de Bauru. E-mail de contato: gabrielaramostei@gmail.com. Financiamento da pesquisa: PIBIC/CNPq.

### RESUMO

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise das redes sociais do portal VotenaWeb, buscando identificar as características da interação entre a página e os usuários e também classificar o modelo de Relações Públicas utilizado. O VotenaWeb é um website que se apresenta como um site de engajamento cívico e partidário, que tem como objetivo aumentar a politização da sociedade e oferecer uma plataforma que possibilite um engajamento maior da população com causas sociais e políticas, se comprometendo a levar os resultados obtidos ao Congresso. Uma vez que possui um objetivo de responsabilidade pública e social, é um portal diretamente voltado à comunicação pública e, por sua vez, às Relações Públicas. Após a realização da pesquisa, sugere-se que o VotenaWeb utiliza ações e planos de comunicação, mas de maneira mais voltada para o *marketing*. Entretanto, as ações comunicacionais também deveriam ser realizadas nos problemas estruturais relacionados à interação direta com o público.

**Palavras-chave:** VotenaWeb. Relações Públicas. Comunicação Pública. Participação.

### INTRODUÇÃO

O VotenaWeb é um website que se apresenta como um site de engajamento cívico e partidário, que tem como objetivo aumentar a politização da sociedade e oferecer uma plataforma que possibilite um engajamento maior da população com causas sociais e políticas, se comprometendo a levar os resultados obtidos ao Congresso. O site, além de tornar público projetos de lei do Congresso Nacional do Brasil, possibilita que o cidadão vote, simbolicamente, se concorda ou não com as propostas dos parlamentares. Como portal que visa à participação social, é necessário que haja um bom relacionamento com o público, evidenciando a importância da Comunicação e das Relações Públicas para a página.

### OBJETIVOS

O objetivo deste trabalho é realizar uma análise das redes sociais do portal VotenaWeb, Facebook, Twitter, Instagram, Vimeo, Youtube e do seu aplicativo, buscando identificar as características da interação entre a página e os usuários e também classificar o modelo de Relações Públicas utilizado. Tendo em vista o objetivo estabelecido, também visa-se contextualizar a responsabilidade social e pública dentro do papel de comunicação pública encontrada nas ações de Relações Públicas do portal.

## METODOLOGIA

Primeiramente foi realizada uma análise das redes sociais do Votenaweb, como Facebook, Twitter, Instagram, Vimeo, Youtube e o aplicativo. Depois foi elaborado um estudo bibliográfico sobre Relações Públicas, comunicação pública e as diferenças entre responsabilidade social e pública. Depois das análises e do estudo dos conceitos anteriormente citados, foi realizado um paralelo entre estes e as ações que o portal realiza ou não durante a interação com os usuários, tornando possível a identificação de iniciativas comunicacionais possíveis no portal.

## RESULTADOS

O Votenaweb tem um papel importante no diálogo entre população e congresso. Entretanto, existem certas questões conflitantes entre seu funcionamento e seus objetivos. Tratando-se de uma ferramenta on-line, é necessário o acesso à internet e também a posse de *gadgets*, tais quais celulares, *tablets*, ou computadores para que as pessoas consigam utilizá-lo, o que gera uma segmentação incoerente ao objetivo do portal. A segunda questão identificada é a falta de diálogo com os públicos. Apesar de o Votenaweb ser um portal que não tem a intenção de influenciar as opiniões do usuário, a unidirecionalidade integral, sem resposta ao público pode ser um fator negativo até mesmo para instrumentos de exposição da informação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Votenaweb utiliza ações e planos de comunicação, mas de maneira mais voltada para o *marketing*. Entretanto, as ações comunicacionais também deveriam ser realizadas nos problemas estruturais relacionados à interação direta com o público. Encontrar maneiras de atingir *stakeholders* em áreas e situação de exclusão digital e transformar o portal em um órgão bidirecional são ações que podem ser planejadas por relações-públicas e aproximam ainda mais o portal de seu objetivo de tornar a política cada vez mais democrática, uma vez que os relações-públicas, como comunicadores públicos, devem ter consciência de que seu trabalho tem um sentido duplo, porém sem se entregarem ao sentido mais conveniente ao invés do mais verdadeiro.

## REFERÊNCIAS

CAMARGOS, Maurício Lara. O comunicador público entre o mar e o rochedo. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa. **Comunicação pública**. Campinas: Alínea, 2004.