

Sazonalidades e Posicionamento nas Mídias Sociais: Raça, Gênero e Sexualidade no Sistema Conferp¹

Taís Oliveira

Universidade Federal do ABC, Santo André/SP

Resumo

O artigo pretende analisar a comunicação institucional (KUNSCH, 2003) do sistema Conferp (Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas) e de suas regionais, os Conrerps (Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas), nas publicações em suas respectivas páginas no Facebook sobre datas comemorativas ou de memória. Analisamos, sobretudo, datas que tenham apelos sobre de temáticas como raça, gênero ou sexualidade. Para tanto, utilizamos metodologia qualitativa apoiada no método da análise de conteúdo (BARDIN, 2011) para observar criticamente as publicações sob a luz da diversidade nas organizações (MUNANGA, 2014; MOURA, 2016; COELHO JR, 2015) e interseccionalidade (VARDEMAN-WINTER & TINDAL & JIANG, 2013; AKOTIRENE, 2018). Dessa maneira, pretendemos responder a seguinte problemática: De que forma o sistema Conferp tem abordado datas sazonais com apelos à diversidade e interseccionalidade? Como resultados encontramos aspectos que precisam ser observados com atenção e planejamento por parte dos produtores de conteúdo do objeto analisado.

Palavras-chave: Posicionamento; Diversidade; Interseccionalidade; Mídias Sociais; Comunicação Institucional.

Diversidade, Interseccionalidade e Mídias Sociais: Qual o papel do sistema Conferp?

Elaborar peças, textos e ações de comunicação pensando em sazonalidades, ou seja, datas comemorativas ou de memória, é uma ferramenta em voga na atualidade, sobretudo no contexto da comunicação digital e o uso institucional de mídias sociais por organizações. Pretendemos, portanto, analisar as publicações sazonais realizadas nas páginas do sistema Conferp (Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas) e de suas regionais, os Conrerps (Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas), principalmente nas publicações que evocam pautas relacionadas à diversidade, tais como questões de gênero, raça

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho (GT) Comunicação digital, inovação e tecnologias, atividade integrante do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

e sexualidade e verificar de que maneira o sistema Conferp tem abordado essas ocasiões. Para tanto, temos como fundamentação teórica aspectos sobre diversidade nas organizações (MOURA, 2016; MUNANGA, 2014; COELHO JR, 2015), interseccionalidade (VARDEMAN-WINTER & TINDAL & JIANG, 2013; AKOTIRENE, 2018), uma breve contextualização e histórico do sistema Conferp (KUNSCH, 1997) e discussão sobre a internet e suas ferramentas, tais como as mídias sociais como responsáveis por uma nova configuração da sociedade e fonte de pesquisas acadêmicas, sobretudo da comunicação e suas vertentes (CANCLINI, 2007, 2015; CASTELLS, 2009; BARABÁSI, 2009; TERRA, 2011; FRAGOSO & RECUERO & AMARAL, 2016; KUSCH, 2018).

Para contextualizar o objeto aqui analisado, o sistema Conferp, é importante apresentar um breve histórico de sua atuação. As atividades profissionais das Relações Públicas foram regulamentadas no Brasil em 26 de setembro de 1968, pela Lei 5.377. Já a autarquia federal denominada Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas (Conferp) e sua estrutura em regionais é oficializada somente em 11 de setembro de 1969 por meio do decreto-lei n.º 860 (KUNSCH, 1997). Atualmente o Conferp é dividido em seis regionais que atendem determinados estados do país, são elas: Conrerp-1 que atende o estado do Rio de Janeiro; Conrerp-2 supri as demandas dos estados de São Paulo e Paraná; o Conrerp-3 atende os estado de Minas Gerais e Espírito Santo; Conrerp-4 se responsabiliza pelos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul; o Conrerp-5 atende os estados de Alagoas, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Paraíba, Ceará, Piauí, Bahia e Sergipe; e o Conrerp-6 que abarca os estados de Distrito Federal, Goiás, Tocantins, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Maranhão, Aracajú, Amapá, Pará, Roraima e Rondônia. É importante ressaltar que a finalidade do sistema Conferp é estritamente delimitado, devendo o órgão se responsabilizar, segundo seu regimento interno², somente por coordenar, fiscalizar e disciplinar o exercício da profissão de Relações Públicas. Entendemos, portanto, que determinados posicionamentos não são obrigatoriedade do sistema Conferp, mas enquanto órgão de maior representatividade dos profissionais de Relações Públicas do país, seria, ao nosso ver, de bom tom sua prática.

Logo, ressaltamos que, para além das funções supracitadas, o órgão exerce, indiretamente, o importante papel de canal para viabilizar informações, debates e atualizações sobre o mercado, academia e demais aspectos relacionados às Relações Públicas, principalmente ao levarmos em conta que o sistema tem uma constante e relevante atuação

² Disponível em: <http://conferp.org.br/legislacao/regimento-interno/>

nas plataformas de mídias sociais, como constatado na base de dados utilizada neste artigo. Dessa maneira, concordamos com Terra na afirmação “a finalidade das mídias sociais é o diálogo” (TERRA, 2011, p. 46). Estabelecer esse diálogo de maneira planejada, responsável e coerente é um elemento básico e estratégico para construir pontos entre as organizações e seus públicos. No recorte aqui proposto, consideramos para além de estratégico do ponto de vista das relações entre conselhos e registrados, uma importante colaboração para a sociedade de modo geral ao inserir e viabilizar a discussão de temas que elucidam o debate em torno de diversidades e interseccionalidades. Da importância dos aspectos acima apontados, nos resguardamos na elementar afirmação:

O poder que a comunicação, em suas mais variadas vertentes e tipologias, bem como os meios massivos tradicionais e as mídias sociais da era digital exercem na sociedade contemporânea é uma realidade incontestável. Nesse sentido, a comunicação precisa ser considerada como processo social básico e como um fenômeno, e não apenas como transmissão de informações. O poder que ela e a mídia têm no contexto socioeconômico e político são objeto de considerações de diversos estudiosos (KUNSCH, 2018, p. 14).

Vale pontuar ainda que os princípios fundamentais presentes no código de ética³ das Relações Públicas afirmam que o profissional deve basear sua atuação no respeito dos princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos⁴, efetivo compromisso com a sociedade brasileira e deve se empenhar para criar estrutura e canais de comunicação que valorizem e motivem o diálogo e a livre circulação de informações. Desse modo, inserir e motivar a discussão sobre pautas relacionadas à diversidade se torna relevante como meio de aprendizado e troca entre todos os profissionais e estudantes da categoria, bem como para aqueles que se identificam com as referidas pautas, seguindo assim o princípio da interseccionalidade nas Relações Públicas. A interseccionalidade, por sua vez, diz respeito às diversas identidades que um indivíduo pode carregar consigo, por exemplo, uma mulher negra e lésbica carrega de uma única vez o fato de ser uma mulher, uma pessoa negra e lésbica, três atributos que tem suas especificações desenvolvidas a partir de suas vivências sociais, mas é nítido que um homem, branco e heterossexual, por exemplo, também possui suas várias identidades atribuídas, desse ponto de vista quando falamos em interseccionalidade ao lado de diversidade, falamos principalmente de grupos minoritários (VARDEMAN-WINTER, TINDAL, JIANG, 2013). Uma vez que identidades são complexas de compreender, pensar as relações a partir de um viés interseccional e alinhado com as pautas da diversidade se alinha à

³ Disponível em: <http://conferp.org.br/codigo-de-etica/>

Teoria de Públicos (FRANÇA, 2012). Sendo os públicos a razão de ser da interação empresa público, é de elevada importância conhecê-los, dissecar com minúcia suas expectativas, estabelecer diálogo e assim estimar por um relacionamento bem-sucedido (FRANÇA, 2012). Dessa forma reforça-se a necessidade dos profissionais de Relações Públicas e seus mecanismos de atuação na sociedade, como por meio de representação via sistema Conferp, fazer valer seu *status* de especialista em públicos.

Embora, em determinadas situações, o mercado de comunicação não tenha sido capaz de acompanhar a expansão gradual de liberdade de expressão dos grupos marginalizados, por vezes vemos as temáticas de diversidades reduzidas a um discurso de pormenorização ou ao famoso e deselegante termo "mimimi". Taís temas, como afirma Moura (2016), são negligenciados por não serem considerados pertinentes à estratégia de marca e lucro das organizações. Deste ponto de vista concordamos com a afirmação abaixo, sobretudo ao entendermos que o sistema Conferp é detentor de um papel irrevogável de porta-voz da categoria Relações Públicas.

Profissionais de relações públicas devem saber como o poder opera em seus relacionamentos com os públicos, particularmente em relação a questões socialmente sensíveis quando os públicos podem sentir que seus interesses precisam ser representados delicadamente por porta-vozes organizacionais que os conhecem bem e possivelmente são "como" eles (VARDEMAN-WINTER, TINDAL, JIANG, p. 281, 2013)⁵.

Existe, portanto, a expectativa de que o sistema Conferp exerça um papel de representação que vá além de suas tratativas burocráticas. Os seus públicos, sobretudo os profissionais, registrados ou não, estudantes, professores, aspirantes e demais colegas com proximidade de atuação esperam e merecem que suas demandas sejam, no mínimo, ouvidas e tratadas com respeito, bem como afirma Andrade “as reações dos públicos têm de ser conhecidas, depois plenamente estudadas e, dentro de um programa de ação, ajustadas e revisadas para atender os seus justos reclamos” (ANDRADE, 1989, p. 99). Nesse sentido, quando falamos de diversidade, interseccionalidade e identidade compreendemos que em cada um dos públicos pontuados acima há uma gama de outras peculiaridades intrínsecas na construção do seu eu individual e ao pertencimento a determinados grupos, principalmente, ao

⁴ Disponível em: <https://nacoesunidas.org/direitoshumanos/declaracao/>

⁵ Tradução nossa, citação original: *Public relations practitioners should know how power operates in their relationships with publics, particularly regarding socially sensitive issues when publics may feel their interests need to be represented delicately by organizational spokespeople who know them well and possibly are 'like' them* (VARDEMAN-WINTER, TINDAL, JIANG, p. 281, 2013).

tocante deste artigo, ao que se refere à raça, gênero e sexualidade. Esses aspectos são necessários para que se possa pensar o que fazer politicamente com a matriz de opressão que produz as diferenças, principalmente quando o dinamismo identitário faz com que os indivíduos tenham novas maneiras de viver, pensar e sentir, ações essas ressignificadas pelas opressões (AKOTIRENE, 2018). Dessa maneira, o reforço da identidade funciona como ideologia permitindo aos membros de determinados grupos também reforçar a solidariedade entre eles e que essa identidade tem significância política, pois ressalta os aspectos de exclusão em sociedades multirraciais e plurais (MUNANGA, 1999).

Dentre as diversas maneiras de produzir, consumir e ver-se representado enquanto grupo que se reconhece como diverso, vemos nas plataformas de mídias sociais um relevante campo de observação. Bem como afirma Barabási (2009), a internet é um ecossistema complexo que deve ser observada para além de suas nuances técnicas, mas com igual importância para o ambiente de convergência de ideias e comportamentos que possibilitam uma gama de análises. Canclini ao tratar das apropriações sociais da internet e suas ferramentas nos atenta que “as teorias comunicacionais nos lembram que a conexão e desconexão com os outros são parte da nossa constituição como sujeitos individuais e coletivos” (CANCLINI, 2007, p. 31), percebemos então que as mudanças tecnológicas, a estrutura institucional da comunicação e, principalmente o ato de comunicar e compartilhar significados só fazem sentido no contexto das relações e que os “atores sociais e cidadãos estão usando esta nova capacidade das redes de comunicação para fazer avançar seus projetos, defender seus interesses e reafirmar seus valores” (CASTELLS, p.91, 2009).

Algumas organizações por sua vez, demonstram algum esforço para acompanhar essa relação multilateral que a apropriação das ferramentas da internet pelos usuários permite. Demonstram isso a partir de seus posicionamentos, discursos e conteúdos e quando não o fazem, são cobradas por seus públicos, como afirma Coelho “mesmo que as empresas não vejam como agregar valor ao negócio por meio das suas iniciativas de diversidade, elas talvez sejam obrigadas a implementá-las” (COELHO, 2015, p. 93). A comunicação nas plataformas de mídias sociais exige planejamento prévio, definição de objetivos, princípios e regras. Além de uma visão holística da sociedade e dos públicos, as transformações sociais ocorridas com o advento internet alteram as rotinas de trabalho dos profissionais de comunicação, sobretudo ao se deparar com temas transversais como questões de classe, gênero, etnicidade, entre outros (FRAGOSO & RECUERO, & AMARAL, 2016). Há, portanto, a necessidade do desenvolvimento rigoroso em busca de uma comunicação digital eficaz:

As normativas incluem responsabilidade pelos conteúdos postados nas redes sociais, transparência e identificação (mostrando o vínculo empregatício), respeito à audiência e conhecimento do código de conduta das organizações. Esse tipo de política responsabiliza o produtor de conteúdo, ao mesmo tempo em que se vale de sua rede de contatos. Normalmente, a idealização dessas normas tem sido atribuída a comitês interdisciplinares dentro das organizações[...]. (TERRA, 2011, p. 63)

Dado o debate sobre a importância de se pensar e repensar diversidade e interseccionalidade nas ações de comunicação, mas aqui principalmente nas mídias sociais, entendemos que o papel do sistema Conferp enquanto representante de toda uma categoria de profissionais é a de proporcionar o enfrentamento necessário de temas considerados tabus para grande maioria da sociedade e a importância de viabilizar e visibilizar essas pautas ao menos, porém não somente, em datas relevantes para as tais, de modo a considerar a comunicação um primeiro passo para informar, educar, dialogar e proporcionar mudanças comportamentais em prol de uma sociedade com mais equidade. Além disso, a escuta atenta dos grupos inseridos no contexto da diversidade, tais como pessoas negras, mulheres e membros da comunidade LGBTI+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais, Interssexuais, entre outras definições), é, não somente sinal de respeito às suas vivências e experiências, bem como a maneira mais eficaz de implementar ações de comunicação em sintonia com seus valores e expectativas.

É necessário escutar por parte de quem sempre foi autorizado a falar [...]. Necessariamente, as narrativas daqueles que foram forçadas ao lugar do Outro, serão narrativas que visam trazer conflitos necessários para a mudança. O não ouvir é a tendência a permanecer num lugar cômodo e confortável daquele que se intitula poder falar sobre os Outros, enquanto esses Outros permanecem silenciados. (RIBEIRO, 2017, p. 78)

Apresentamos na próxima seção a metodologia e análise dos dados para a discussão proposta neste artigo.

Metodologia

A metodologia aborda aspectos qualitativos acerca do conteúdo publicado nas plataformas de mídias sociais, especificamente no site Facebook, durante o ano de 2018 na página do Conferp⁶ e de suas regionais (Conrerp 1⁷, Conrerp 2⁸, Conrerp 3⁹, Conrerp 4¹⁰ e Conrerp

⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/SistemaConferp/>

⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/conrerp1/>

⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/conrerp2/>

5¹¹)¹². Para tanto, buscamos verificar se as páginas publicaram algum conteúdo comemorativo, de memória ou de posicionamento nas datas relacionadas à gênero, raça e sexualidade e qual a abordagem dada às ocasiões que tenham conteúdo.

Dessa forma, selecionamos as seguintes datas que referenciam raça, gênero e sexualidade: Dia Internacional da Mulher; Dia Internacional Contra a Discriminação Racial; Dia do Índio; Dia das Mães; Dia da Abolição da Escravatura; Dia Internacional Contra a Homofobia; Dia dos Namorados; Dia da Mulher Negra Latina e Caribenha; Dia dos Pais; e Dia Nacional da Consciência Negra.

O procedimento metodológico compreende:

- Busca do link de cada página no Facebook;
- Busca dos *ID*'s de cada página;
- Coleta do conteúdo retroativo com a ferramenta Netvizz (RIEDER, 2013);
- Classificação e Análise das informações coletadas por meio de dados tabulares.

A partir de então, analisamos os conteúdos (BARDIN, 2011) publicados sobre as datas a partir dos seguintes variáveis: a) relaciona com as Relações Públicas; b) tem fala oficial do representante do órgão; c) contém o logotipo institucional; d) remete à diversidade; e) reforça estereótipos; f) traz aspectos históricos; g) traz aspectos sociais. Consideramos que esses são alguns dos aspectos importantes para considerar uma comunicação relevante, coerente e institucionalizada, uma vez que relacionar o tema com as Relações Públicas, ter uma fala oficial ou trazer elementos gráfico como logotipo revela a importância de determinado assunto para o órgão ao ponto de ter sido uma comunicação planejada, discutida e elaborada com antecipação. Já os demais critérios, reforçam o entendimento (ou não) da ocasião, sobretudo ao trazer aspectos sociais e históricos ao debate proposto. Na próxima sessão discutiremos os resultados na base de dados coletada seguindo os critérios desse descritivo.

Análise dos Dados

Das datas destacadas somente seis são citadas por todo o sistema Conferp (Federal e Regionais), conforme a tabela 1 abaixo, sendo elas o Dia Internacional da Mulher, Dia das Mães, Dia Internacional Contra a Homofobia, Dia dos Namorados, Dia dos Pais e Dia Nacional da Consciência Negra. Desses, o Dia Internacional das Mulheres foi o que mais teve

⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/conrerp3/>

¹⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/conrerp4/>

¹¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/conrerp5/>

¹² O Conrerp 6 não tinha página no Facebook no período analisado, portanto não entrou no escopo desta análise.

conteúdo postado pelo sistema Conferp, com quatro publicações, seguido do Dia das Mães com três. Não tiveram nenhum conteúdo postado no período analisado Dia Internacional Contra a Discriminação Racial, Dia do Índio, Dia da Abolição da Escravatura e Dia da Mulher Negra Latina e Caribenha. Dentre as seis datas citadas, houveram 13 conteúdos publicados nas seis páginas analisadas. Apresentamos agora uma análise a partir dos critérios supracitados dividida por datas mais citadas, seguido das que tiveram uma única menção.

DATA	Conferp	Conrerp-1	Conrerp-2	Conrerp-3	Conrerp-4	Conrerp-5	Total
Dia Internacional da Mulher	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Sim	4
Dia Internacional Contra a Discriminação Racial	Não	Não	Não	Não	Não	Não	0
Dia do Índio	Não	Não	Não	Não	Não	Não	0
Dia das Mães	Sim	Não	Não	Sim	Sim	Não	3
Dia da Abolição da Escravatura	Não	Não	Não	Não	Não	Não	0
Dia Internacional Contra a Homofobia	Não	Não	Não	Não	Sim	Não	1
Dia dos Namorados	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	1
Dia da Mulher Negra Latina e Caribenha	Não	Não	Não	Não	Não	Não	0
Dia dos Pais	Não	Não	Sim	Sim	Não	Não	2
Dia Nacional da Consciência Negra	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	1

Tabela 1 | Relação de datas por conteúdo publicado nas páginas analisadas

Podemos observar no conjunto de conteúdo sobre o Dia Internacional das Mulheres, na figura 2 abaixo, que é a data com maior quantidade de publicações dentre as páginas analisadas, totalizando cinco. Destaque para o compartilhamento da publicação do Conrerp-3 pelo Conferp e Conrerp-5. No compartilhamento do Conferp¹³, o texto não faz alusão às Relações Públicas, não tem fala do representante oficial, não apresenta elementos históricos, mas fala de diversidade, de questões sociais e apresenta elementos gráficos institucionais que remete ao Conrerp-3. Já o Conrerp-3 é responsável por duas publicações sobre o Dia Internacional da Mulher, na primeira¹⁴ fala da data especificamente e convida a audiência para a leitura de um artigo especial sobre o dia publicado em seu site institucional. Na segunda¹⁵, pega o gancho da data e convida a audiência para o evento “Elas RP” com diversas mulheres profissionais da categoria. Embora as publicações não apresentem fala oficial do representante, ambas relacionam o dia com as Relações Públicas, remetem à diversidade e trazem elementos gráficos institucionais, porém só a primeira traz elementos sociais. Já no

¹³ Disponível em: <https://www.facebook.com/223357757701949/posts/1675773642460346/>

¹⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/578182895563629/posts/1553035971411645/>

¹⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/578182895563629/posts/1554331894615386/>

Conrerp-4¹⁶ a publicação traz relação com as Relações Públicas, remete à diversidade e apresenta elementos gráficos institucionais. A publicação não oferece uma fala oficial do representante, não apresenta elementos sociais e históricos, porém apresenta reforço de estereótipos ao afirmar que "força, carinho e intuição" são atributos de mulheres. Por fim, a publicação do Conrerp-5¹⁷ é compartilhamento do Conrerp-3 com o acréscimo de uma frase na legenda. De modo geral, a publicação relaciona com as Relações Públicas, remete à diversidade, traz aspectos gráficos institucionais, porém não apresenta elementos históricos e nem a fala do representante oficial. Sobre estereótipos, em todas as publicações temos figuras de mulheres brancas, o que reforça um padrão de representação da sociedade.



Figura 1 | Dia Internacional da Mulher nas páginas Conferp, Conrerp-3, Conrerp-4 e Conrerp-5

No conjunto de conteúdos na figura 3, temos a data do Dia das Mãe na página Conferp. Conrerp-3 e Conrerp-4. A publicação da página da Conferp¹⁸ relaciona com as Relações Públicas, remete à diversidade e apresenta elementos gráficos institucionais, mas não traz fala do representante, elementos históricos e nem sociais, porém também não reforça estereótipos. Já na publicação do Conrerp-3¹⁹ e Conrerp-4²⁰ há semelhanças de composição e simplicidade, em ambas há elementos gráficos institucionais, mas não tem fala oficial do representante, não há relação com as Relações Públicas, não remete à diversidade e não

¹⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/302160739905109/posts/1518232114964626/>

¹⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/559505204153681/posts/1462731600497699/>

¹⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/223357757701949/posts/1754886791215697/>

¹⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/578182895563629/posts/1616114005103841/>

apresenta elementos históricos e sociais, porém não reforça estereótipos. Vale destacar que a publicação da página do Conferp é a única entre todas as 13 publicações analisadas que traz a representação de uma mulher negra e sem reforço de estereótipos, visto que veremos abaixo na publicação sobre o Dia Nacional da Consciência Negra a existência desse elemento.



Figura 2 | Dias das Mães nas páginas do Conferp, Conrerp-3 e Conrerp-4

Sobre as publicações de Dias dos Pais, alocadas na figura 4 abaixo, somente duas regionais fizeram memória à data, o Conrerp-2 e o Conrerp-3. A publicação do Conrerp-2²¹ traz elementos gráficos institucionais, mas não relaciona com as Relações Públicas, não apresenta fala oficial do representante e não traz aspectos históricos. Porém, chama-nos atenção que o elemento textual traz menção a mães antes de pais, não fica explícito se esse trecho é uma crítica social ou um reforço de estereótipo da mulher que carrega diversos papéis, até mesmo o de pai. Já na publicação do Conrerp-3²² há elementos gráficos institucionais e não reforça estereótipos. Porém não relaciona com as Relações Públicas, não remete à diversidade, não apresenta fala oficial do representante e não traz aspectos históricos e sociais.

²⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/302160739905109/posts/1579286515525852/>

²¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/170975146297995/posts/1965652550163570/>

²² Disponível em: <https://www.facebook.com/578182895563629/posts/1738234886225085/>



Figura 3 | Dia dos Pais nas páginas do Connerp-2 e Connerp-3

Na única publicação sobre datas relacionadas à população negra, a do Connerp-1²³ (figura 5), o conteúdo não relaciona com as Relações Públicas, não aborda diversidade, não apresenta elementos históricos e sociais, não tem fala do representante oficial e nem elementos gráficos institucionais o que deixa nítido que não houve uma comunicação planejada, discutida e elaborada com antecipação. A publicação também reforça estereótipos com a imagem de crianças negras – provavelmente de algum país do continente africano e não do Brasil, mas também sem especificar qual país visto que o continente tem 54 e não é homogêneo. O conteúdo também traz em sua legenda a frase "beleza e importância no mundo", reforçando atributos estéticos como se fosse o único que importasse para e referente à população negra. Além disso a frase na imagem apresenta erro de grafia na palavra "trás" invés de "traz" e um "bom dia" que evoca amorismo e falta de apuro e não uma peça pensada especificamente para o Dia da Consciência Negra.

²³ Disponível em: <https://www.facebook.com/225306744158585/posts/2032253980130510/>



Figura 4 | Dia Nacional da Consciência Negra na página do Conrerp-1

Por fim, na figura 6 agrupamos as publicações sobre o Dia dos Namorados da página do Conrerp-3²⁴ e a publicação sobre o Dia Internacional contra a Homofobia na página do Conrerp-4²⁵, a razão do agrupamento se apoia na hipótese de que as publicações sobre o Dia dos Namorados poderiam apresentar elementos relacionados a relações homoafetivas, porém esse dado não foi encontrado na base analisada. Na publicação na página do Conrerp-3 há apenas aspectos gráficos institucionais, não relaciona com as Relações Públicas e não tem fala oficial do representante, não remete à diversidade, não reforça estereótipos, mas também não apresenta aspectos sociais e históricos. Já a publicação na página do Conrerp-4, relaciona o conteúdo com as Relações Públicas, tem elementos gráficos institucionais, porém não tem fala do representante. Apresenta aspectos sociais e remete à diversidade, porém não tem aspectos históricos. O conteúdo não reforça estereótipos, porém no texto contido na legenda traz a expressão “bandeira da tolerância” o que pode remeter a um certo grau de imposição de aceitação de pessoas LGBTI+ e não de seu pleno exercício de ser o que se é sem julgamentos.

²⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/578182895563629/posts/1647063922008849/>

²⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/302160739905109/posts/1584601941660976/>



Figura 5 | Dia dos Namorados na página do Conrerp-3 e Dia Internacional Contra a Homofobia no Conrerp-4

Considerações Finais

Este artigo não tem a intenção de concluir debates, mas sim de apontar aspectos que podem ser repensados e contribuir para uma discussão mais ampla a respeito de pautas relacionadas as questões de raça, gênero e sexualidade. Dessa forma, nas linhas abaixo apresentamos algumas considerações acerca do que foi analisado nesse trabalho.

As datas sazonais são, de fato, excelentes oportunidades de estabelecer conversas focadas em determinados temas, mas estas não podem ser as únicas ocasiões. É necessário ir além e desenvolver uma agenda planejada de debates, até mesmo em um espaço mais amplo dentro da estrutura dos Conselhos. O sistema Conferp tem 51 anos de atuação, talvez seja o momento de assumir um papel que ultrapasse as barreiras burocráticas de suas funções e reconhecer que entre os profissionais (registrados ou não), estudantes, aspirantes e demais colegas existem pessoas negras, LGBTI+ e mulheres que esperam ser ouvidos, respeitados e representados. A reconfiguração da sociedade faz dessa temática não um mero capricho, mas a visão da importância de se estabelecer um debate político e social acerca das matrizes de opressão. Nesse ponto de vista da diversidade e interseccionalidade, outro aspecto interessante de se observar é a possibilidade de aprofundamento da Teoria de Públicos do

Professor Fábio França. Pensar na ampliação da sua matriz de mapeamento seria um valioso acréscimo aos estudos das Relações Públicas no Brasil.

Em outro ponto, levando em consideração que todo produtor de conteúdo é responsável pelo o que se veicula em seus canais oficiais e esse conteúdo transmite discursos e posicionamentos, é necessário se fazer alguns questionamentos a partir da base que aqui foi analisada, tais como: existe um alinhamento de comunicação digital entre todo o sistema Conferp (Federal e Regionais)? Existe um manual de comunicação e identidade visual do sistema Conferp? Se existe de que forma ele é utilizado? Quais as razões e critérios para que algumas datas serem lembradas e outras não? A partir do conteúdo produzido e publicado, quais relações o sistema pretende estabelecer e quais as prioridades nessas relações?

Especificamente sobre as datas, notamos uma negligência nos dias relacionados à população negra e indígena, a primeira foi lembrada em apenas uma ocasião e com uma publicação com indícios de despreparo, já a segunda não tem nenhuma menção. Ainda que grande parte das publicações foram sobre mulheres (Dia das Mães e Dia Internacional das Mulheres), a maioria das representações imagéticas tratam de mulheres brancas, somente uma entre 13 publicações gerais apresentou uma mulher negra na peça gráfica.

A partir desses apontamos ressaltamos o importante papel do sistema Conferp como ponte e conector de temas essenciais para o desenvolvimento não somente do mercado, mas também do bem-estar social de seus públicos.

Referências Bibliográficas

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Psicossociologia das relações públicas**. 2ª edição. São Paulo: Loyola, 1989.
- AKOTIRENE, Carla. **O que é interseccionalidade?**. Belo Horizonte: Letramento; Justificando, 2018.
- BARABÁSI, Albert-László. **Linked – a nova ciência dos networks**. São Paulo: Leopardo, 2009.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 1ª ed. 1ª reimp. São Paulo: Edições 70, 2011.
- CANCLINI, Nestor A. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. 3ª ed. 1ª reimp. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.
- COELHO JR, Pedro Jaime. Diversidade nas organizações: entre a riqueza cultural e a disputa política. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; FERRARI, Maria Aparecida. **Comunicação, Interculturalidade e Organizações: Faces e Dimensões da Contemporaneidade**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2015.
- FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016.
- FRANÇA, Fabio. **Públicos – como identificá-los em nova visão estratégica: business relationship**. 3ª ed. São Caetano do Sul: Yendis, 2012.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling. **Relações Públicas e Modernidade – Novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.
- _____, Margarida M. Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- _____, Margarida M. Krohling. A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas. **Media & Jornalismo**, [S.l.], v. 18, n. 33, p. 13-24, nov. 2018. ISSN 2183-5462. Disponível em: <<http://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/6020>>. Acesso em: 05 mar. 2019.
- MOURA, Gabriela. Mulheres e comunicação: um cenário que não desce redondo. In: **Meu amigo secreto: feminismo além das redes**. Rio de Janeiro: Edições Rio de Janeiro, 2016.
- MUNANGA, Kabengele. **Negritude – Usos e Sentidos**. 3ª ed. 1ª reimp. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.
- RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento; Justificando, 2017.
- RIEDER, Bernhard. Studying Facebook via data extraction: the Netvizz application. In: **Proceedings of the 5th annual ACM web science conference**. ACM, 2013.
- TERRA, Carolina Frazon. **Mídias Sociais... e agora? O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais**. São Caetano do Sul: Difusão; Rio de Janeiro: Senac Rio, 2011.
- VARDEMAN-WINTER, Jennifer; TINDALL, Natalie; JIANG, Hua. Intersectionality and publics: How exploring publics' multiple identities questions basic public relations concepts. **Public Relations Inquiry**, v. 2, n. 3, p. 279-304, 2013.