

As RP em rede e o envolvimento dialógico em plataformas feministas (“A Coletiva” e “INMUNE”)

Networked PR and dialogical engagement on feminist platforms (“A Coletiva” and “INMUNE”)

Sónia de Sá¹ | [ORCID ID](#)

sonia.sa@labcom.ubi.pt

Universidade da Beira Interior, Portugal

Recepción: 07/09/2020 Revisión: 04/12/2020 Aceptación: 18/12/2020 Publicación: 22/12/2020
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-02-05-26>

Resumo

Os movimentos feministas afirmam-se, na atualidade, pela capacidade de envolvimento e agregação de ativistas e de público identificado com a causa feminista, que têm em comum tanto a luta pelos direitos das mulheres como os espaços onde criam existência e atribuem dimensão a essa luta: as redes sociais digitais. O propósito do presente artigo é perceber as estratégias comunicacionais, sustentadas pelo diálogo, que estão na base desta agregação e partilha de sentido quando a matéria é o feminismo e a sua estreita ligação com a luta pela igualdade de género, o fim da violência de género ou a erradicação do racismo. A partir da revisão teórica em RP em rede (Grunig, 2009), diálogo na rede (Theunissen & Wan Noordin, 2011; Smith & Taylor, 2017; e feminismo em rede (Fullagar, Parry e Johnson, 2019; Keller, Mendes & Ringrose, 2018; Araüna, Willem & Tortajada, 2019; Yang, Uysal & Taylor, 2017), aplicamos a análise de conteúdo (Bardin, 2006) a publicações e interações digitais em duas plataformas feministas portuguesas. Assim, numa adaptação do modelo proposto por Lane e Kent (2018) – *Dialogic Engagement Interaction* – este estudo exploratório analisa o envolvimento dialógico da Coletiva e do INMUNE – Instituto da Mulher Negra de Portugal. Da análise resulta, contudo, a constatação de um baixo nível de envolvimento dialógico entre as organizações e os seus públicos e, conseqüentemente, uma reduzida força coletiva para travar os clusters de ódio online com protagonismo crescente e com *modus operandi* altamente tecnológicos e eficazes.

Palavras-chave: RP em rede, envolvimento dialógico, plataformas feministas

¹ Professora na Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior (Portugal). Investigadora do LabCom – Communication and Arts. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0964-3630>.

Abstract

Feminist movements are currently asserting themselves by the capacity of involvement and aggregation of activists and the public identified with the feminist cause, who have in common both the struggle for women's rights and the spaces where they create existence and attribute dimension to that struggle: digital social networks. The purpose of this article is to understand the communication strategies, supported by dialogue, that underlie this aggregation and sharing of meaning when it comes to feminism and its close connection with the fight for gender equality, the end of gender violence or the eradication of racism. Based on the theoretical review on networked PR (Grunig, 2009; Kent, 2017), networked dialogue (Theunissen & Wan Noordin, 2011; Smith & Taylor, 2017; and networked feminism (Fullagar, Parry and Johnson, 2019; Keller, Mendes & Ringrose, 2018; Araüna, Willem & Tortajada, 2019; Yang, Uysal & Taylor, 2017), we applied content analysis (Bardin, 2006) to publications and digital interactions on two Portuguese feminist platforms. Thus, in an adaptation of the model proposed by Lane and Kent (2018) - *Dialogic Engagement Interaction* - this exploratory study analyzes the dialogical involvement of Coletiva and INMUNE - Instituto da Mulher Negra de Portugal. The analysis results, however, shows a low level of dialogical involvement between organizations and their audiences and, consequently, a reduced collective force to stop online hate clusters with increasing protagonism and with highly technological and effective *modus operandi*. Thus, the outcomes indicate that the two platforms analyzed do not apply communication strategies through dialogue, limiting exchanges between the organization and the public to the classic top-down communication option, summarizing the practice of dialogical involvement in social digital media to the publication unidirectional content and openness to comments and other reactions. As for the hypotheses raised, only one of them was validated, taking into account that 1) there was no significant dialogical involvement in the content analysis of the two feminist platforms, and 2) although we were unable to verify in the content analysis of the two feminist platforms, the theoretical review validated the idea that online anti-feminist and hate clusters can be fought by online anti-feminist and anti-hate clusters with the same effectiveness in spreading messages as the former. And here, the networked PR must take the strategic and tactical leadership of the action.

This work also proposes a model for the analysis of dialogical involvement in digital social networks based on the broader initial proposal of Lane and Kent (2018). The model we propose comprises six categories: 1) existence of comment(s), sharing(s) and / or emoji(s); 2) existence of comment(s) and answer(s); 3) existence of dialogue (with the five dialogical principles: mutuality, propinquity, empathy, risk and commitment; see in Kent, 2017.); 4) existence of freedom to choose the theme and the dialogical flow (when both parts – public and organization – are given freedom to choose the topic and flow of dialogue); 5) without agenda or manipulation (when there is no intention to put issues on the agenda, essentially, those that indicate manipulation); and 6) rhetorical (when a persuasion strategy is applied by both parts participating in the dialogue).

Keywords: networked PR, dialogical involvement, feminist platforms

Sumário

1. Introdução
2. Marco teórico
3. Metodologia
4. Resultados
5. Discussão
6. Conclusões
7. Referências

Summary

1. Introduction
2. Theoretical framework
3. Methodology
4. Results
5. Discussion
6. Conclusions
7. References

1. INTRODUÇÃO

Os média digitais e as suas potencialidades têm obrigado as organizações, empresas e marcas pessoais ou coletivas a repensarem as suas estratégias de comunicação, essencialmente externas, para, por um lado, se mostrarem presentes nestes espaços abertos de *mass self-communication* (Castells, 2013) e, por outro, ampliarem a difusão das mensagens a potenciais novos públicos de interesse. A prática de profissionais das relações públicas (RP) deve ser central nesta ecologia digital, concretizando os propósitos das organizações em articulação estreita com a procura, interesses e necessidades dos públicos (Grunig, 2009) e com atenção permanente ao crescente escrutínio a que organizações, empresas e marcas estão votadas nos média sociais digitais (Fullagar, Parry, & Johnson, 2018).

É através do diálogo que as trocas, resultantes de uma comunicação aparentemente horizontalizada, se dão. Mesmo que o conceito de diálogo no campo das RP seja terreno de discussão permanente, pela ambiguidade conceptual que acarreta (Theunissen & Wan Noordin, 2011), é nele que residem os maiores anseios, objetivos e desafios das relações entre entidades e públicos (Kent, 2017). Neste trabalho, partimos desta discussão, entendendo o conceito de diálogo nas RP a partir do enquadramento de Kent (2017), para caracterizarmos o envolvimento de ativistas e de outros públicos em duas plataformas feministas portuguesas.

Este é, assim, um diálogo no contexto ativista para uma análise ao possível envolvimento dialógico em redes ativistas feministas (Magalhães, Marôpo & Amaral, 2018) com práticas de RP (Weaver, 2019; Adi, 2019; Adi & Ayme-Yahil, 2020).

Este é um lugar de muitas falas, um cenário que tem tanto de agregador e potenciador de mensagens feministas e de luta pelos direitos das mulheres de todos os quadrantes quanto de catalisador de mensagens misóginas, sexistas e machistas (Ging & Siapera, 2018). Como tal, o contra-feminismo (Santos & Almada, 2019) e os clusters do ódio nas redes sociais têm ganhado tanto destaque que só a força de clusters de anti-ódio, nomeadamente, através da agregação ativista de grupos organizados em plataformas feministas, pode combater (Ringrose, 2018). O que pode tornar este ativismo feminista em rede, que tratamos neste estudo, num dilema (Padilla & Gomes, 2016; Fullagar, Parry, & Johnson, 2018). Alinhamos, portanto, com a proposta de Johnson *et al.* (2019), que refere a formação de grupos organizados contra o ódio online, com a mesma capacidade dos *clusters* de ódio nas redes, recorrendo a estratégias semelhantes. Os movimentos feministas devem, assim, estar preparados para uma união mais forte e coesa para, tirando partido das potencialidades de envolvimento que a rede crescentemente oferece, derrotarem estes grupos anti-ativismo e anti-feminismo, denunciando-os e protegendo-se dos mesmos (Sommerfeldt, Kent & Taylor, 2012; Yang, Uysal e Taylor, 2017).

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Diálogo, ativismo e RP em rede

O diálogo, enquanto conceito abordado crescentemente no campo das Relações Públicas (RP), tem sido trabalhado abundantemente. Porém, com aplicações ambíguas e sentidos diversos (Theunissen & Wan Noordin, 2011). Este contexto de aparente quase ubiquidade do diálogo – muitas vezes confundido com conversação – na gestão de relações entre públicos, organizações e marcas dá-se, essencialmente, pela popularidade da internet e das redes sociais digitais (Grunig, 2009), a qual impele as RP a uma abertura ao diálogo, ou seja, ao risco e à perda de controlo sobre a mensagem e sobre os efeitos junto do público (Smith & Taylor, 2017; Lane & Kent, 2018). Trata-se, portanto, de mais uma forma de gestão, pelas RP, dos impactos desta nova esfera pública digital (Raupp, 2020), o que tem impelido as organizações

a aumentarem as trocas dialógicas com os seus públicos, contudo, numa tentativa permanente de controlo.

Com efeito, estaremos, neste contexto de diálogo e RP em rede, a concretizar uma relação simétrica bidirecional? De facto, à partida, qualquer pessoa que tenha um dispositivo que possa ter uma ligação à internet e às aplicações nas redes sociais digitais está apta para estabelecer um diálogo com outrem ou com representantes de uma organização/marca. A todos, de forma horizontalizada, estas plataformas permitiram criar novas relações de permeabilidade, de troca e de acesso, o que, inevitavelmente, coloca as entidades sob escrutínio permanente ou na iminência de uma crise organizacional, a qual, necessariamente, tem de ser gerida em ‘tempo real’ (Fullagar, Parry, & Johnson, 2018).

Este diálogo pode estar a tornar-se, então, o motor de poder do público, com o qual as empresas/organizações têm, necessariamente, de aprender a lidar. É claro que, como aponta Câmara (2016), esta técnica dialógica aplicada, essencialmente, nas redes sociais digitais, torna-se um portento para os movimentos sociais, para os ativistas e para os criadores de conteúdos e discursos até então limitados e/ou invisibilizados nos média *mainstream*.

Contudo, da mesma forma que o diálogo - em potência ou factual - e os média sociais podem potenciar grupos sociais, movimentos e minorias, podem, igualmente, ser o palco de perpetuação de desigualdades. Ging e Siapera (2018) concluem que, ao mesmo tempo que estes novos espaços potenciam a agregação em torno, nomeadamente, dos movimentos feministas, eles são locais onde, em igual ou mais acentuada medida, a misoginia e o sexismo ganham dimensões muito preocupantes:

[...] a misoginia online não apenas incomoda ou ofende as mulheres, mas também impede a segurança, a liberdade de expressão e a participação das mulheres na força de trabalho e nos processos democráticos. Embora as mulheres possam e combatam, também é responsabilidade da sociedade tomar medidas que garantam proteção contra danos, e total igualdade de participação nos espaços digitais e físicos. (Ging & Siapera, 2018: 523).

Para tal, é imperioso um trabalho global e minucioso que previna ou contrarie este género de ataques que perpetuam e fazem prevalecer online a dinâmica offline de desigualdades diversas a que a mulher, especialmente, a mulher negra e pobre (hooks 2018), tem sido historicamente votada. Com efeito, este espaço, a rede, uma babel de comunicações,

ferramentas, utilizações e intenções mais ou menos democráticas, mais ou menos de acordo com a proteção e valorização da dignidade humana, é uma alternativa crescentemente utilizada pelos mais diversos grupos ativistas e outros tantos grupos que atuam, precisamente, contra este tipo de movimentos (Mendes, Ringrose & Keller, 2019; Santos & Almada, 2019). São exemplo destas últimas situações os ataques concertados e organizados contra grupos feministas, ativistas e académicos, como descrito por Ringrose (2018), ela própria vítima de bloqueio nas redes sociais por *trolls e bots*, no período das eleições presidenciais nos Estados Unidos da América de 2017.

É neste contexto de média sociais, mais ou menos caótico, mais ou menos organizado, mais ou menos colérico, mais ou menos popular, que o trabalho de relações públicas se torna crescentemente essencial (Adi & Ayme-Yahil, 2020). Um trabalho de mediação, que deve emergir com grande destaque (Adi, 2019), dando, necessariamente, seguimento prático e ativo à visibilidade de mulheres que, em grande medida, vêm as suas necessidades, anseios e conquistas ignorados ou apagados, quer nos meios *mainstream* quer nos meios emergentes, sendo que estes funcionam, cedo ou tarde, como triagem dos/as mais fortes.

É, então, neste contexto mediático que deve emergir a ação das RP nos movimentos feministas – e outros grupos e/ou conjuntos ativistas –, como forma de moderação discursiva, de seleção de informação e de escrutínio de dados divulgados e/ou criados por grupos anti-ativismo ou anti-feminismo. Contudo, estamos de acordo com Weaver (2019: 12), que refere haver “uma confusão de estratégias e táticas em toda a arena do ativismo e das relações públicas baseadas em interesses organizacionais”. Tal acontece, pensamos, porque existe uma estabilidade nos processos comunicacionais nas RP que pode não se verificar nos grupos ativistas: primeiro, porque são muitos e distintos, com interesses e objetivos, por vezes, até contraditórios; depois, porque o ativismo, nas suas múltiplas versões, só adquire reconhecimento em ação, enquanto que as RP assentam numa ação estável ou adaptável aos diversos contextos. Assim, esta aproximação será necessariamente benéfica, nomeadamente, na era digital e, especialmente, perante a profusão das plataformas de diálogo ou, também relevantes, de conversação.

2.2. Feminismo e envolvimento dialógico nos média sociais

Começa a ganhar dimensão pública em cada vez mais redes de contacto, grupos ou movimentos feministas, o facto de os desenvolvimentos tecnológicos no mundo digital serem protagonizados por homens, que passam a dominar a utilização dos mesmos, de forma bastante mais eficaz do que a maioria das mulheres (European Commission, 2019).

Ora, este diálogo em torno das questões de género e da luta pela igualdade e/ou equidade, que se pretende profícuo, é, não raras vezes, atacado, diminuído e invisibilizado por grupos que, à partida, dominam mais estes espaços e as dimensões de conversação e de potencial diálogo que apresentam. E as plataformas de médias sociais parecem estar a dar espaço a estes discursos de grupos de ódio ou anti-ativistas (Keller, Mendes & Ringrose, 2018).

Num estudo publicado em 2019 pela revista *Nature* (Johnson *et al.*, 2019), concluiu-se que a ecologia de ódio online é muito bem organizada, e, mesmo quando desmantelada, consegue readaptar-se muito rapidamente. Portanto, estas redes são tão potenciadoras das mensagens feministas da agregação da luta das mulheres - de todas as raças, credos e condição social - como também, e com grande relevância, um lugar de grande evidência do contra-feminismo, o que torna este ativismo feminista em rede, que tratamos neste estudo, num desafio permanente (Fullagar, Parry, & Johnson, 2018), onde a luta é duradoura e o desgaste é notório. Contudo, abandonar estes múltiplos lugares de fala não é uma possibilidade na conjuntura ativista atual.

Diante deste cenário, Johnson *et al.* (2019) propõem um conjunto de políticas de contra-ódio online, entre elas, a criação de grupos tão organizados como os da chamada ecologia de ódio online para um combate, com capacidade de formação de *clusters* anti-ódio, criando imunidade, à imagem do que sucede com o organismo humano². Um trabalho de grande detalhe organizacional que deve ser entregue às RP, em articulação com grupos de trabalho de tecnologia digital, onde as mulheres de diferentes proveniências sejam a maioria.

Fullagar, Parry e Johnson (2019: 239) defendem que esta intervenção deverá ter em conta “estratégias feministas que mobilizam intervenções digitais e a força coletiva dos média

² Artigo completo em [nature.com/nature](https://doi.org/10.1038/s41586-019-1494-7) (<https://doi.org/10.1038/s41586-019-1494-7>)

sociais [...] para desafiar a individualização do sexismo (aumentando a confiança, a assertividade ou até mesmo 'apoiando-se')”, estratégias feministas com pendor pedagógico que devem incluir os homens, numa aproximação dialógica e, conseqüentemente, de conhecimento partilhado (Araüna, Willem & Tortajada, 2019); um processo que só tenderá a ter sucesso, ou pelo menos resultados evidentes, quando as organizações – ativistas e outras – investirem tempo e recursos nas relações dialógicas online, quer nos seus websites quer nas suas páginas de redes sociais (Sommerfeldt, Kent & Taylor, 2012; Barker-Plummer & Barker-Plummer, 2017), e, conseqüentemente, em recursos humanos qualificados.

Associada a esta dificuldade de estabelecimento de relações dialógicas entre organizações e seus públicos está ainda a possibilidade de estes espaços sociais digitais estarem a segregar e discriminar um conjunto significativo de pessoas ou a limitar o seu acesso à informação de fontes diversificadas (Bergström, & Pasquier, 2019). Com efeito, é necessário percebermos melhor os critérios que, tanto empresas como utilizadoras/es, podem aplicar na promoção de envolvimento dialógico, assente na abertura clara à criação de relações mais próximas e mútuas, de troca, de partilha e de aquisição de conhecimento por ambas as partes. O modelo de Lane e Taylor (2018: 64) para o envolvimento dialógico propõe 11 critérios: (1) valorização das/os outras/os; (2) interação baseada em diálogo e conversação; (3) interação repetida; (4) baseado em relacionamento; (5) promoção da confiança; (6) autonomização das/os participantes no fluxo ou estado de envolvimento; (7) atividades de satisfação mútua; (8) colaboração iniciada por qualquer uma das partes; (9) nenhuma agenda ou manipulação; (10) coorientação; (11) retórica.

Este é, como enquadraremos no ponto 3, o modelo a aplicar para análise do nível de envolvimento dialógico de duas plataformas feministas portuguesas. O objetivo é perceber se há ou não relações baseadas no diálogo, e se, a partir destas, estão a ser criadas estratégias feministas para proteção de ataques dos clusters online anti-feministas e/ou anti-ativistas. Será tido em conta o alerta de Sommerfeldt e Kent (2015) para a limitação e a incosequência das relações dialógicas diádicas, fechadas entre duas partes, entre duas pessoas. Concordamos com os autores quando advogam que as organizações que se pretendem expandir online – sejam empresas ou movimentos – precisam de trabalhar o conjunto, tendo em atenção cada um/a nesse todo. Desta forma, ganha força a relevância das/os profissionais das RP ou de comunicadoras/es organizacionais em articulação com os mais diversos grupos

sociais: “[...] a função de construção de relacionamento desempenhada pelos comunicadores organizacionais pode-se voltar para a melhoria das redes da sociedade civil e de outras comunidades que trabalham para beneficiar a sociedade” (Sommerfeldt e Kent, 2015: 250). Esta aproximação é tanto melhor quanto mais baseada no diálogo. Yang, Uysal e Taylor (2017) trabalharam o tema com grupos ativistas e gestores corporativistas da área do ambiente e concluíram que esta aproximação entre as partes é benéfica para todos: os ambientalistas são escutados e entram facilmente em diálogo com os gestores e, por seu turno, os gestores não sentem a pressão diária de não resposta às demandas de grupos ativistas.

3. METODOLOGIA

Os objetivos deste estudo são 1) perceber o nível de envolvimento dialógico de duas plataformas feministas portuguesas; 2) relacionar o nível de envolvimento dialógico e a criação de redes anti-ódio feminista nas redes sociais digitais. Daqui emerge a nossa pergunta de investigação: O trabalho das RP em rede, por via do envolvimento dialógico, pode contribuir para, por um lado, ampliar a mensagem das plataformas feministas e, por outro, diminuir o impacto das mensagens dos *clusters* anti-feministas e de ódio online?

A partir do levantamento teórico efetuado, apresentamos duas hipóteses: 1) as plataformas feministas são espaços de ativismo feminista na rede e, por isso, apresentam e estimulam o envolvimento dialógico com os seus públicos; 2) o envolvimento dialógico fomenta a agregação de ativistas pró-feminismo, sendo um potencial estimulante para a formação de *clusters* anti-ódio nas redes.

O objeto de estudo é constituído por duas plataformas feministas digitais portuguesas³ - A Coletiva e INMUNE (Instituto da Mulher Negra de Portugal) – e, mais precisamente, pelas publicações e respostas às mesmas em todo o mês de outubro de 2019 nas suas páginas de Facebook. A amostra delimita 61 publicações e 7911 reações (comentários, partilhas e *emogis*).

³ O critério para a seleção das plataformas em análise é a sua complementaridade no espectro organizacional do feminismo digital em Portugal: A Coletiva, pela ação no feminismo laboral e o INMUNE, pelo ativismo no feminismo negro.

O método aplicado é a análise de conteúdo (Bardin, 2006), adaptado ao modelo de envolvimento dialógico de Lane e Taylor (2018) para a verificação das duas hipóteses aqui apresentadas. Assim, o modelo, originalmente com 11 critérios, foi adaptado para seis critérios de análise: 1) existência de comentário(s), partilha(s) e/ou *emogi(s)*; 2) existência de comentário(s) e resposta(s); 3) existência de diálogo⁴; 4) existência de liberdade de escolha do tema e do fluxo dialógico⁵; 5) sem agenda ou manipulação⁶; e 6) retórico⁷. A adaptação do modelo deve-se, ainda, à redundância que os 11 critérios indicaram nas análises-teste das duas plataformas. Deste modo, faremos a ligação entre o modelo inicial e o adaptado através da simplificação do processo de verificação das hipóteses já indicadas atrás.

Tabela 1. Proposta de correspondência de modelos de envolvimento dialógico

Envolvimento dialógico (Lane e Taylor, 2018)	Envolvimento dialógico em média sociais (adaptação nossa)
(1) trate as/os outras/os como valorizadas/os	3) existência de diálogo
(2) interações baseadas em diálogo e conversação	3) existência de diálogo
(3) interações repetidas	(2) existência de comentário(s) e resposta(s)
(4) baseado em relacionamento	3) existência de diálogo
(5) confiança	3) existência de diálogo
(6) participantes com autonomia para alcançarem o fluxo ou estado de envolvimento	4) existência de liberdade de escolha do tema e do fluxo dialógico
(7) atividades que satisfaçam mutuamente	3) existência de diálogo
(8) a colaboração pode ser iniciada por qualquer uma das partes	(1) existência de comentário(s), partilha(s) e/ou <i>emogi(s)</i>
(9) nenhuma agenda ou manipulação	5) sem agenda ou manipulação
(10) coorientado	3) existência de diálogo
(11) retórico	6) retórico

Fonte: autoria própria.

⁴ Com os cinco princípios dialógicos (Kent, 2017): mutualidade, propinquidade, empatia, risco e compromisso.

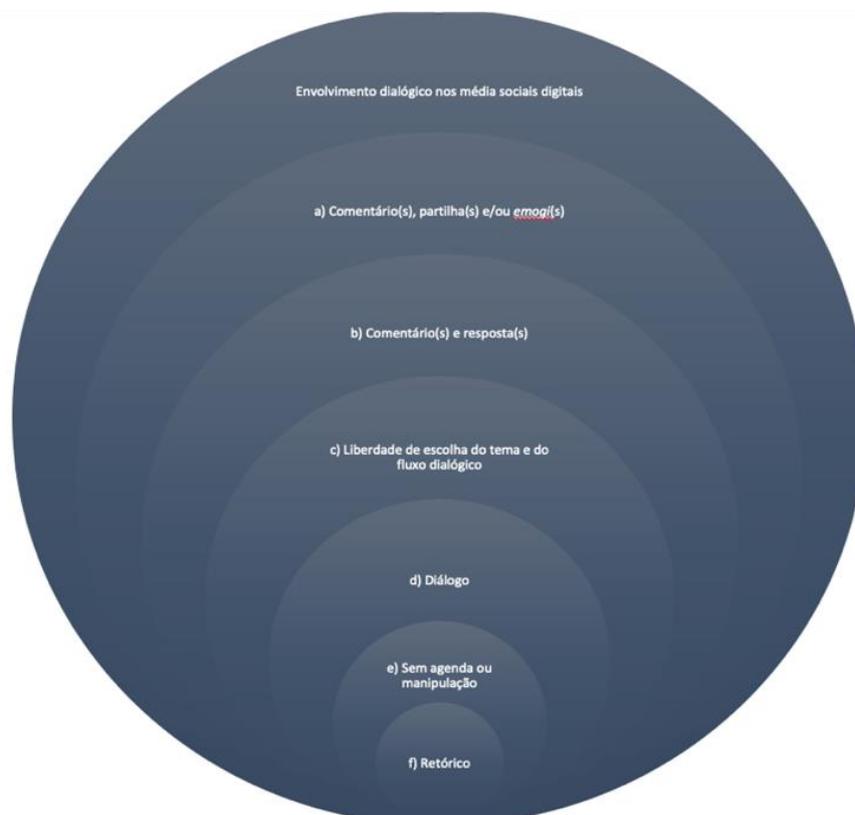
⁵ Quando é dada a ambas as partes (público e organização) liberdade de escolha do tema e fluxo do diálogo.

⁶ Quando não se verifica intenção de colocar assuntos na agenda, essencialmente, os que indiciam manipulação.

⁷ Quando é aplicada por ambas as partes participantes no diálogo alguma estratégia de persuasão.

A partir desta correspondência e adaptação do modelo de Lane e Kent (2018), apresentamos na imagem 1 (abaixo) a nossa proposta de modelo de análise de envolvimento dialógico nas redes sociais digitais, aplicado na presente análise.

Imagem 1: Modelo de análise de envolvimento dialógico nos média sociais digitais



Fonte: autoria própria.

Posto o modelo, podemos entender que, tal como Recuero, Zago e Soares (2019) propõem, os comentários e as partilhas são critérios muito relevantes para o estabelecimento do envolvimento dialógico, contudo, isoladamente, não têm estrutura suficiente para o preenchimento dos critérios necessários para que se verifique o desejado *engagement*. Só com o preenchimento tendencialmente completo de todos os critérios é que, potencialmente, as plataformas de movimento ativistas – feministas, no caso analisado – se podem tornar pertença em clusters anti-ódio preparados para anular outros que, muito bem preparados e conhecedores da tecnologia, minam as lutas de milhões de mulheres e de outras parcelas da sociedade historicamente diminuídas, discriminadas e invisibilizadas.

A partir da aplicação do modelo adaptado aos média sociais digitais teremos em conta a verificação – ou não – dos seis critérios na amostra delimitada anteriormente, o que nos permitirá testar as hipóteses a partir da seguinte ponderação: ocorrência de seis critérios (envolvimento dialógico); ocorrência de, pelo menos, três critérios de análise (envolvimento dialógico parcial); ocorrência de menos de três critérios de análise (envolvimento dialógico não verificado).

Estabelecemos, ainda, uma relação direta entre a verificação do nível de envolvimento dialógico detetado na amostra e o estímulo de propagação das redes de anti-ódio na internet (Sommerfeldt & Kent, 2015; Yang, Uysal & Taylor, 2017; Fullagar, Parry & Johnson, 2019; Johnson *et al.*, 2019).

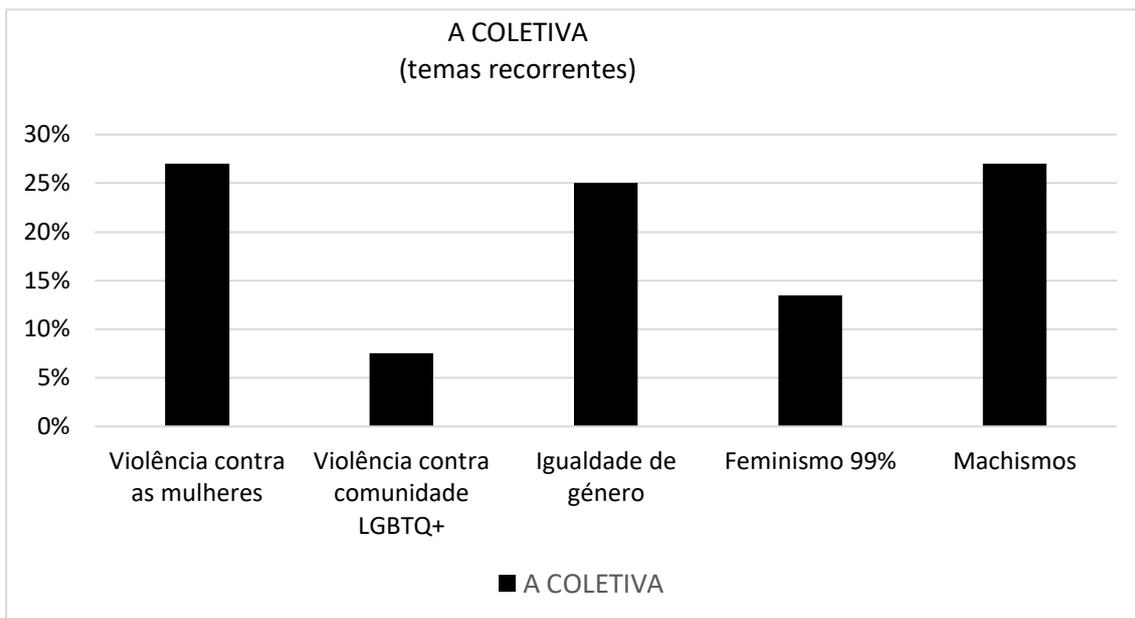
4. RESULTADOS

Da análise de conteúdo às publicações das duas plataformas feministas, a partir dos seis critérios expostos anteriormente, apresentaremos de seguida os resultados obtidos, organizados por: temas recorrentes e verificação de critérios de análise.

4.1. Temas recorrentes

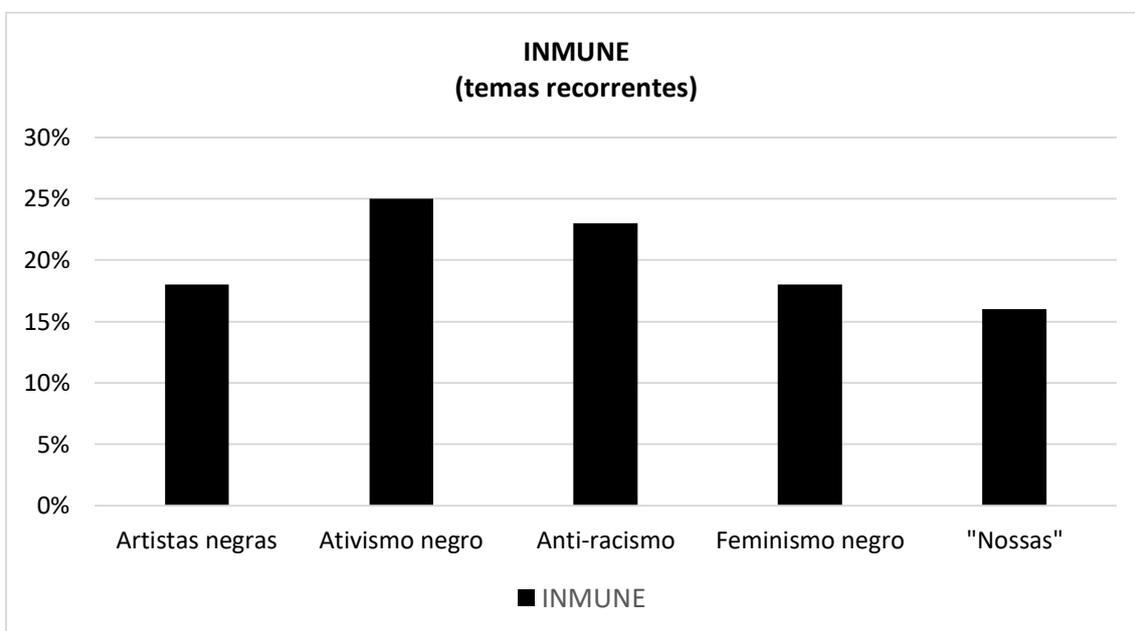
No Gráfico 1 são destacados os temas recorrentes nas publicações da plataforma A COLETIVA, indicadores da importância que as plataformas dão: aos alertas e combate da violência contra as mulheres (27%), às várias versões e consequências do machismo (26%), à igualdade de género (25%), ao feminismo para os 99% (cf. Arruzza, Bhattacharya & Fraser, 2019) (14%) e à violência contra a comunidade LGBTQ+ (8%). Podemos constatar que se trata de temas agregadores e centrais nas lutas e movimentos feministas nos mais diversos contextos. Portanto, à partida, são assuntos que, por um lado, se identificam com a missão e os valores que a plataforma preconiza, e, por outro, constituem elementos catalisadores de envolvimento dialógico.

Gráfico 1. Temas recorrentes nas publicações da plataforma “A COLETIVA”



Fonte: autoria própria.

Gráfico 2. Temas recorrentes nas publicações da plataforma “INMUNE”



Fonte: autoria própria.

O Gráfico 2 indica os temas mais recorrentes na página de Facebook da plataforma “INMUNE”, que privilegia publicações sobre ativismo negro (25%), a luta antirracismo (23%), o feminismo negro (18%), as artistas negras (18%) e a agregação das mulheres negras através da expressão “Nossas” (16%). Tal como os resultados do gráfico anterior, a plataforma feminista negra⁸ INMUNE integra nos principais temas das suas publicações áreas de interesse que vão ao encontro da missão e valores do Instituto da Mulher Negra de Portugal, essencialmente, através do realce das potencialidades, especificidades e necessidades das mulheres negras, temas que, claramente, são potenciadores de envolvimento dialógico entre a organização e as comunidades às quais se dirige.

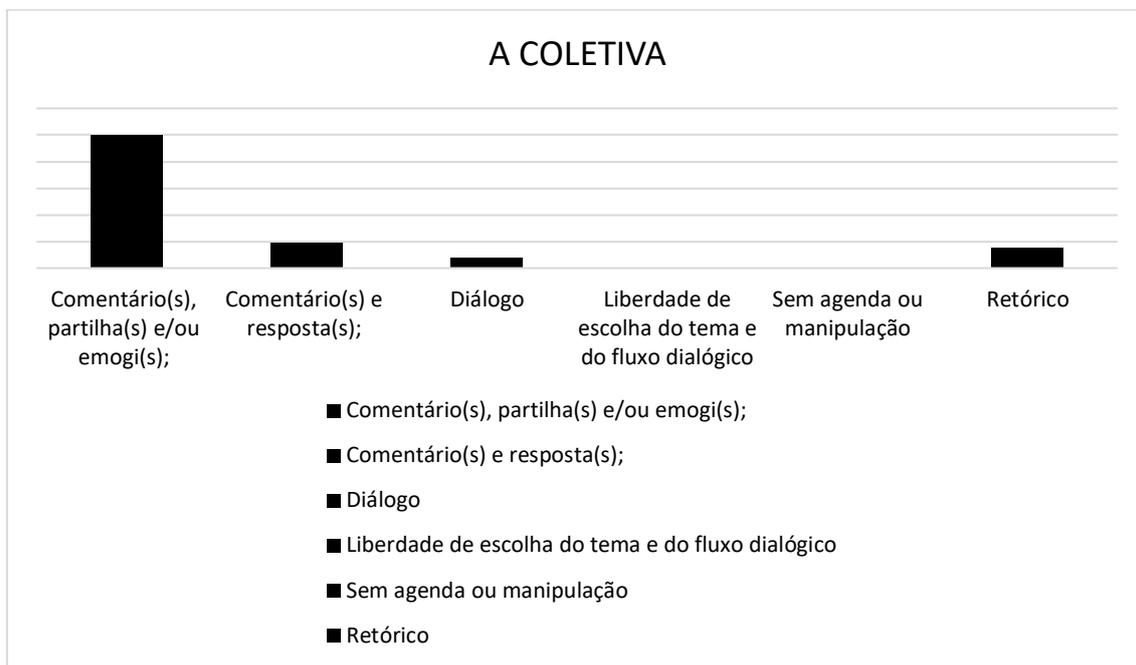
4.2. Verificação dos critérios de análise

O presente estudo teve em consideração seis critérios de análise: comentários, partilhas e/emogis; comentários e respostas; diálogo; liberdade de escolha do tema e do fluxo dialógico; sem agenda ou manipulação; e retórico. Assim, conforme indica o Gráfico 3, apresentaremos de seguida os resultados relativos à plataforma A COLETIVA.

Dos seis critérios em análise, apenas um foi claramente verificado, no caso, o 1) *existência de comentário(s), partilha(s) e/ou emogi(s)* (em 100% dos casos analisados). Já os critérios 2) *existência de comentário(s) e resposta(s)* (em 19% dos casos analisados), 3) *existência de diálogo* (em 8% dos casos analisados) e 6) *retórico* (em 12% dos casos analisados) foram parcialmente verificados. Os critérios 4) *existência de liberdade de escolha do tema e do fluxo dialógico* e 5) *sem agenda ou manipulação* não foram verificados. Mesmo que a todas as publicações correspondam sempre várias reações próprias das redes sociais digitais, a troca, a assunção de abertura de um diálogo coorientado, não existe; tal como a liberdade de escolha dos temas e a condução do fluxos dos mesmos foi sempre dirigida pela organização; assim como não se verificaram publicações e potenciais diálogos sem agenda.

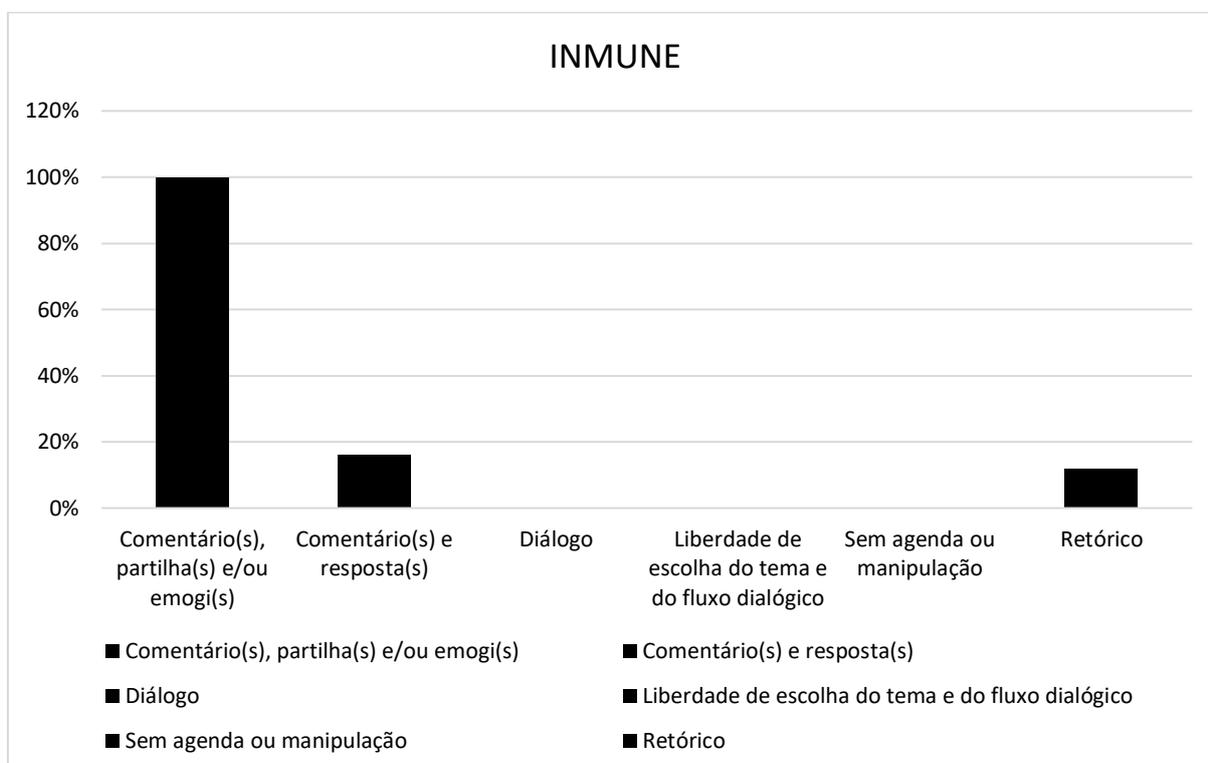
⁸ Que defende o enegrecimento do feminismo a fim de alcançar todas as mulheres, especialmente, as negras, permanentemente invisibilizadas, mesmo nos movimentos feministas (INMUNE, 2019).

Gráfico 3. Verificação de critérios de análise na plataforma A COLETIVA



Fonte: autoria própria.

Gráfico 4. Verificação de critérios de análise na plataforma IMMUNE



Fonte: autoria própria.

Dos seis critérios em análise, apenas um foi destacadamente verificado, no caso, o 1) *existência de comentário(s), partilha(s) e/ou emogi(s)* (em 100% dos casos analisados). Já os critérios 2) *existência de comentário(s) e resposta(s)* (em 19% dos casos analisados) e 6) *retórico* (em 15% dos casos analisados) foram verificados apenas parcialmente. Os critérios 3) *existência de diálogo*, 4) *existência de liberdade de escolha do tema e do fluxo dialógico* e 5) *sem agenda ou manipulação* não foram verificados. Estes são dados que indicam uma reduzida abertura da organização para a promoção de envolvimento dialógico. Mesmo que todas as publicações se relacionem com os temas centrais da mulher negra em Portugal, do feminismo negro e da exaltação da beleza, estética e talento negro, o nível responsivo da plataforma é muito reduzido, tal como o estímulo ao diálogo é quase inexistente, o qual, sublinhe-se, poderia, em larga medida, enriquecer os debates e, em fim de linha, fortalecer a missão do Instituto, que tem existência apenas nos média sociais digitais.

5. DISCUSSÃO

Como já verificado, na plataforma A COLETIVA apenas um dos seis critérios foi plenamente verificado e três outros apenas parcialmente ocorreram; já na INMUNE, apenas um dos seis critérios foi claramente verificado e dois outros foram parcialmente constatados. Estamos, assim, perante um quase inexistente nível de envolvimento dialógico nestas duas plataformas feministas. Um resultado surpreendente, dado os temas, a emergência e popularidade dos mesmos. Como revelam os resultados da análise, apesar da relevância dos assuntos publicados pelas duas plataformas – e o que estes representam na sociedade civil –, as plataformas em análise não se mostram disponíveis para o diálogo e o envolvimento dialógico. Resta saber, o que faremos em estudos futuros, se os motivos são internos – por exemplo, falta de recursos humanos – ou externos – por exemplo, para evitar altercações com grupos ou indivíduos antifeministas e/ou racistas. Assim, a hipótese 1 – *As plataformas feministas são espaços de ativismo feminista na rede e, por isso, apresentam e estimulam o envolvimento dialógico com os seus públicos* – não é validada.

Quanto à relação entre um envolvimento dialógico ativo, permanente e atento e a potencialidade de estímulo e propagação de redes anti-ódio feminista, os resultados indicam que as duas plataformas analisadas não contribuem, pelo menos, não no mês analisado, para o desmantelamento de clusters de ódio antifeministas online. Ora, se tivermos em conta a

proposta de Johnson *et al.* (2019), o que estamos a verificar é que as plataformas feministas portuguesas analisadas não estão a colaborar para a proteção e a promoção dos seus próprios objetivos e missão. Ainda assim, pela revisão teórica efetuada, podemos afirmar que a hipótese 2 – *O envolvimento dialógico fomenta a agregação de ativistas pró-feminismo, sendo um potencial estimulante para a formação de clusters anti-ódio nas redes* – é validada, mesmo que não verificada no conteúdo analisado.

6. CONCLUSÕES

Ainda que as potencialidades do diálogo e da prática do envolvimento dialógico para a aproximação, agregação e formação de clusters online sejam crescentemente aplicadas nas RP, nas duas plataformas analisadas tal não se verificou, pelo que, as duas hipóteses colocadas, à partida, não foram validadas, quando temos em conta apenas a análise de conteúdo. Contudo, a revisão teórica situou a validade da segunda hipótese, mesmo que as organizações estudadas não nos tenham permitido verificar.

Ou seja, no caso específico da nossa amostra, nem o envolvimento dialógico nos média sociais, nem a possibilidade de as duas plataformas estudadas contribuírem para a desagregação de clusters de ódio anti-feminista online e para a sua própria proteção se verificaram. Eventualmente, entre as causas para o quase nulo envolvimento dialógico estarão a falta de profissionais de RP na gestão dos fluxos comunicativos na rede das duas plataformas, até pelo trabalho gratuito e missionário a que está associado o ativismo em geral e o ativismo feminista online em particular. Outras causas, prováveis, ainda que não verificadas, mas apontadas por Kent (2017), estarão potencialmente relacionadas com o risco de perda de controlo na relação entre organização e público geral, afastando, contudo, quase naturalmente, a possibilidade de envolvimento, por via do diálogo, entre pares e/ou entre pessoas e entidades com interesses comuns. Contudo, como ficou assente no marco teórico, o envolvimento dialógico de redes anti-ódio e pró-feministas são a solução para a diminuição da força de disseminação de mensagens de ódio e anti-feminismo online. E aqui as RP em rede, em articulação com as organizações feministas e outras, devem ter um papel crucial no planeamento das estratégias e na ativação das táticas.

Ainda como nota conclusiva, entendemos que o modelo adaptado de verificação de envolvimento dialógico nas redes sociais digitais foi validado, na medida em que alcança as várias 22imites22ivas de análise propostas neste artigo, pelo que, poderá ser aplicado a outras análises no contexto dos média sociais, tendo em conta a relação entre organizações e os seus públicos (quer gerais, quer de interesse).

Por fim, referimos que o estudo tem limitações pela amostra reduzida, contudo, aponta para indícios de uma possível ausência de estratégia de disseminação de mensagens tão eficazes com as espalhadas na rede por clusters de ódio sobre os grupos de apoio ao feminismo e à justiça social em geral. Por isso, este tema deve ser alvo de um projeto de investigação que abrange um conjunto mais alargado de plataformas digitais de combate ao racismo, à misoginia e à violência contra as mulheres e membros da comunidade LGBTQ+ em Portugal.

7. REFERÊNCIAS

ADI, A. (2019). *Protest Public Relations: Communicating dissent and activism*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351173605>.

ADI, A. & AYME-YAHIL, E. (Eds., 2020). *Women in PR Research and opinions about the status, challenges and future of women working in PR/Communications*. Quadriga: University of Applied Sciences. <https://doi.org/10.4324/9781351173605>.

ARAÜNA, N., WILLEM, C., & TORTAJADA, I. (2019). Discursos feministas y vídeos de youtubers: 22imites y horizontes de la politización yo-céntrica. *Quaderns del CAC*, Núm. 45, 25-35. eISSN: [2014-2242](https://doi.org/10.4324/9781351173605).

ARRUZZA, C., BHATTACHARYA, T. & FRASER, N. (2019). *Feminismo para os 99%: um manifesto*. Lisboa: Penguin Random House. ISBN: 9789896658243.

BARDIN, L. (2006). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

BARKER-PLUMMER, D., & BARKER-PLUMMER, B. (2017). Twitter as a Feminist Resource: #YesAllWomen, Digital Platforms, and Discursive Social Change. Em D. Rholinger, & J. Earl, *Social Movements and Media* (pp. 91-118). Bingley: Emerald Publishing. eISBN: 978-1-78743-097-6.

BERGSTRÖM, M., & PASQUIER, D. (2019). Doing Gender Online. Ordinary Practice Beyond Utopian Ideals. *RESET*, 8, 1-10. <https://doi.org/10.4000/reset.1804>.

CASTELLS, M. (2013). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

FULLAGAR, S., PARRY, D., & JOHNSON, C. (2018). Digital dilemmas through networked assemblages: Reshaping the gendered contours of our future. Em D. Parry, C. Johnson, S. Fullagar, & (eds), *Digital dilemmas: Transforming gender identities and power relations in everyday life*, Palgrave: Houndsmills (pp. 225-244). Houndsmills: Palgrave. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95300-7_11.

GING, D., & SIAPERA, E. (2018). Special issue on online misogyny. *Feminist Media Studies*, 18:4, 515-524. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447345>.

GRUNIG, J. E. (2009) Paradigms of global public relations in na age of digitilasation. *PRism*, 6 (2), 1-19. Recuperado de http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html.

HOOKS, B. (2018). *Não Serei eu Mulher? As Mulheres Negras e o Feminismo*. Lisboa: Orfeu Negro. EAN: 9789898868343.

JOHNSON, N. F., LEAHY, R., RESTREPO, N., VELASQUEZ, N., ZHENG, M, MANRIQUE, P., DEVKOTA, P. & WUCHTY, S. (2019). Hidden resilience and adaptive dynamics of the global online hate ecology. *Nature*, 573, 261–265. <https://doi.org/10.1038/s41586-019-1494-7>.

KELLER, J., MENDES, K., & RINGROSE, J. (2018). Speaking ‘unspeakable things’: documenting digital feminist responses to rape culture. *Journal of Gender Studies*, 27 (1), 22-36. <https://doi.org/10.1080/09589236.2016.1211511>.

KENT, M. L. (2017) Principles of dialogue and the history of Dialogic theory of public relations. Em Chen, X. (ed.). *Prospect of Public Relations Science* (1-51). Beijing: Peking University Press.

LANE, A., & KENT, M. (2018). Dialogic Engagement. Em K. Johnson, & M. Taylor, *The Handbook of Communication Engagement* (pp. 61-72). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119167600.ch5>.

MAGALHÃES, M., MARÔPO, L., & AMARAL, I. (2018). Ativismo feminista no Facebook: uma análise comparada das páginas Não me Kahlo (Brasil) e Capazes (Portugal). *Media, Comunicação e Género*, 7, 31-46. https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_2.

MENDES, K., RINGROSE, J., & KELLER, J. (2019). *Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture*. Oxford: Oxford Scholarship Online. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190697846.001.0001>.

PADILLA, B., & GOMES, M. S. (2016). Empoderamento, Interseccionalidade e Ciberativismo: Uma Análise do “Manifesto Contra o Preconceito às Mulheres Brasileiras em Portugal”. *TOMO*, 28, 169-201. <https://doi.org/10.21669/tomo.v0i0.5425>.

RAUPP, J. (2020). Organizational Communication in a Networked Public Sphere. *SCM Studies in Communication and Media*, 1 (0), 71-93. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2011-1-71>.

RECUERO, R., ZAGO, G. & SOARES, F. (2019). Using Social Network Analysis and Social Capital to Identify User Roles on Polarized Political Conversations on Twitter. *Social Media + Society*, April-June, 1-18. <https://doi.org/10.1177/2056305119848745>.

RINGROSE, J. (2018). Digital feminist pedagogy and post-truth misogyny. *Teaching in Higher Education*, 23 (5), 647-656. <https://doi.org/10.1080/13562517.2018.1467162>.

SANTOS, N. F., & ALMADA, M. P. (2019). Midiativismo em rede: Twitter e as críticas aos meios de comunicação tradicionais em um sistema híbrido de comunicação. *Esferas*, 14, 18-36. <http://dx.doi.org/10.31501/esf.v0i14.10387>.

SMITH, B. G. & TAYLOR, M. (2017). Empowering Engagement: Understanding Social Media User Sense of Influence. *International Journal of Strategic Communication*, 11:2,148-164. <http://dx.doi.org/10.1080/1553118X.2017.1284072>.

SOMMERFELDT, E. J. & KENT, M. L. (2015). Civil Society, Networks, and Relationship Management: Beyond the Organization–Public Dyad. *International Journal of Strategic Communication*, 9 (3), 235–252. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2015.1025405>.

SOMMERFELDT, E. J., KENT, M. L., & TAYLOR, M. (2012). Activist practitioner perspectives of website public relations: Why aren't activist websites fulfilling the dialogic promise? *Public Relations Review*, 38 (2), 303–312. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.01.001>

THEUNISSEN, P., & WAN NOORDIN, W. (2012). Revisiting the concept “dialogue” in public relations. *Public Relations Review*, 38 (1), 5–13. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.09.006>.

WEAVER, C. K. (2019) The slow conflation of public relations and activism: understanding trajectories in public relations theorising. In A. Adi, *Protest Public Relations: Communicating dissent and activism*. London: Routledge. (pp. 13-28). <https://doi.org/10.4324/9781351173605>.

YANG, A., UYSA, N., & TAYLOR, M. (2017). Unleashing the Power of Networks: Shareholder Activism, Sustainable Development and Corporate Environmental Policy. *Business Strategy and the Environment* Published online in Wiley Online Library, 27, 712-727. <https://doi.org/10.1002/bse.2026>.

Forma de citar este artículo:

SÁ, S. (2020). As RP em rede e o envolvimento dialógico em plataformas feministas (“A Coletiva” e “INMUNE”). *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. X, Nº 20, 05-26. Recuperado el ____ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-20-2020-02-05-26>.