

RESSALVA

Atendendo solicitação do(a) autor(a) o texto completo desta Tese será disponibilizado somente a partir de 31/03/2025.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA
CURSO DE DOUTORADO

PABLO RICARDO MONTEIRO DIAS

**A INVISIBILIDADE DO SUJEITO LGBTQIA+ NAS ESTRATÉGIAS
DISCURSIVAS DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS MARANHENSES:
IDENTIDADES E REPRESENTAÇÕES EM PERFIS DE MÍDIAS
SOCIAIS**

BAURU-SP

2023

PABLO RICARDO MONTEIRO DIAS

**A INVISIBILIDADE DO SUJEITO LGBTQIA+ NAS ESTRATÉGIAS
DISCURSIVAS DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS MARANHENSES:
IDENTIDADES E REPRESENTAÇÕES EM PERFIS DE MÍDIAS
SOCIAIS**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), como requisito para a obtenção do título de Doutor em Mídia e Tecnologia, sob a orientação do Professor Doutor Osvando José de Moraes.

BAURU-SP

2023

Dias, Pablo Ricardo Monteiro.

A invisibilidade do sujeito LGBTQIA+ nas estratégias discursivas de universidades públicas maranhenses: identidades e representações em perfis de mídias sociais / Pablo Ricardo Monteiro Dias, 2023.

175 f. : il.

Orientador: Osvando José de Moraes

Tese (Doutorado)- Universidade Estadual Paulista (Unesp). Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. Bauru, 2023

1. Comunicação Pública. 2. Mídias Sociais. 3. Diversidade de Gênero. 4. Instituições Públicas de Ensino Superior. 5. Análise de Discurso. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

IMPACTOS ESPERADOS

Sendo o Brasil um dos países de maior letalidade para a população LGBTQIA+ no mundo, este estudo espera contribuir com a construção de práticas inclusivas que agendem e mobilizem o debate público, visando ao combate de toda forma de violência lgbtqia+fóbica. Questiona e destaca o papel das universidades públicas, buscando impactar em suas práticas institucionais, com o fito de possibilitar a construção de ações e políticas de inclusão, proteção e educação. Sua inserção se dá, em primeiro momento, no território do estado do Maranhão, contudo as práticas podem ser estendidas ao âmbito nacional. Ao refletir e propor alternativas de combate a discursos e práticas reacionárias e opressoras em relação às temáticas de gênero e educação, esta pesquisa liga-se principal e diretamente aos ODS 4 - Educação de qualidade, que visa a assegurar a educação inclusiva, equitativa e de qualidade, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos e ODS 5 – Igualdade de gênero, com objetivo de alcançar a igualdade de gênero (ONU, 2015). Espera-se dialogar com outras pesquisas e ações educacionais capazes de retroalimentar novos projetos e pesquisas.

EXPECTED IMPACTS

As Brazil is one of the countries that kills the most LGBTQIA+ population in the world, this study hopes to contribute to the construction of inclusive practices that organize and mobilize public debate to combat all forms of lgbtqia+phobic violence. It questions and highlights the role of public universities, seeking to impact their institutional practices with a view to building actions and policies – including public ones – for inclusion, protection and education. Its insertion takes place, at first, in the territory of the state of Maranhão, however, the practices can be extended throughout the national territory. By reflecting on and proposing alternatives against reactionary and oppressive discourses and practices on gender and education issues, this research is mainly and directly linked to SDG 4 - Quality Education, which aims to ensure inclusive, equitable and quality education, and to promote opportunities of lifelong learning for all and SDG 5 – Gender equality, with the aim of achieving gender equality (UN, 2015). It is expected to dialogue with other research and educative actions capable of providing feedback to new projects and research.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE PABLO RICARDO MONTEIRO DIAS, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM MÍDIA E TECNOLOGIA, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN.

Aos 30 dias do mês de março do ano de 2023, às 16:00 horas, no(a) Sala C da STPG e <https://meet.google.com/oju-ssby-jni>, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de PABLO RICARDO MONTEIRO DIAS, intitulada **A invisibilidade do sujeito LGBTQIA+ nas estratégias discursivas de universidades públicas maranhenses: identidades e representações em perfis de mídias sociais**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Doutor OSVANDO JOSÉ DE MORAIS (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Professora Doutora ANGELA MARIA GROSSI (Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Estadual Paulista, Professora Doutora PAMELA ARAUJO PINTO (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde (PPGICS) do ICICT/Fiocruz / Núcleo Estadual do Ministério da Saúde no Rio de Janeiro. Após a exposição pelo doutorando e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, o discente recebeu o conceito final: APROVADO. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.



Professor Doutor OSVANDO JOSÉ DE MORAIS

Pablo Ricardo Monteiro Dias

**A INVISIBILIDADE DO SUJEITO LGBTQIA+ NAS ESTRATÉGIAS DISCURSIVAS
DE UNIVERSIDADES PÚBLICAS MARANHENSES:
identidades e representações em perfis de mídias sociais**

DEFESA DE TESE DE DOUTORADO

Área de Concentração: Ambientes Midiáticos e Tecnológicos
Linha de Pesquisa 1: Gestão Midiática e Tecnológica

Banca examinadora

Prof. Dr. Osvando José de Moraes (Presidente/Orientador)

Departamento de Comunicação Social

Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia/Doutorado

Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, FAAC - UNESP Bauru

Profa. Dra. Angela Maria Grossi

Departamento de Comunicação Social

Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia/Doutorado

Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, FAAC - UNESP Bauru

Profa. Dra. Pamela de Araújo Pinto

Programa de Pós-Graduação em Informação e Comunicação em Saúde

Instituto de Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde

ICICT – Fiocruz, Rio de Janeiro

Resultado: **APROVADO**

Bauru-SP, 30 de março de 2023

Aos meus pais,
à minha irmã e
à minha (a)filha(da) e sobrinha,
fontes de inesgotável amor e força.
A toda L, a todo G, a todo(a) B, a todo(a)
T, a todo(a) Q, a todo(a) I, a todo(a) A, a
todo(a) +, que tiveram suas vozes
caladas, roubadas, que perderam suas
vidas para o preconceito, fanatismo e
intolerância.
A todes que não mais se calarão.
A todes que a estes se unirão.
A todes que sonham e acreditam na
Educação como resistência e
transformação.
Ninguém solta a mão de ninguém.
Juntos, sempre mais!

AGRADECIMENTOS

Chegar até aqui é, sem sombra de dúvidas, uma das grandes vitórias da minha trajetória e merece ser celebrada com aqueles que me ajudaram a conquistá-la. Tenho a certeza de que este trabalho só foi concretizado porque foi construído afetivamente, entre risos, abraços e abdições, a muitas mãos. Foram muitos os incentivos, as palavras de ânimo que me deram força e me fizeram chegar até aqui, principalmente em sua reta final. Por isso, expresso publicamente a minha gratidão a todos vocês, pessoas e instituições, que são parte desta conquista.

Primeiramente aos meus pais, irmã e (a)filha(da), Julio, Onezinda, Thyanne e Malu, por todo o amor e força emanados; por entenderem a minha ausência – pelo menos física – em importantes momentos nesses últimos quatro anos. Foi e sempre será por vocês, amores da minha vida.

Ao professor Osvando José de Moraes, meu orientador. Um dos seres mais humanos que já tive a oportunidade de conhecer. De olhar atento e sensível aos diversos contextos – pessoais, profissionais e acadêmicos – que envolveram a minha pesquisa. A minha gratidão por ter acreditado e dito sim ao meu sonho – e ter sonhado comigo. Obrigado pela amizade e por ter me conduzido neste processo de forma leve e competente. Sem ele ao manche, eu não teria conseguido. Conseguimos, professor, juntos! Agora, vamos comemorar com arroz de cuxá, camarão, peixe frito e guaraná Jesus.

À Universidade Federal do Maranhão, pelo incentivo à qualificação dos servidores técnico-administrativos; em especial, agradeço à gestão e amigos da equipe da Diretoria de Comunicação e da Coordenadoria de Relações Públicas e Cerimonial, que desde o início permitiram o meu afastamento para dedicação exclusiva a esta pesquisa e torceram por mim.

À UNESP, pelas experiências, possibilidades de trocas e formação de redes proporcionadas. Às professoras, aos professores e a todos os servidores técnico-administrativos do Programa de Doutorado em Mídia e Tecnologia que contribuíram com o meu percurso doutoral.

Em especial, meus agradecimentos à Angela Grossi, que de professora virou amiga, daquelas que a gente leva para vida. Obrigado por ser lar, por cada palavra de carinho, pela escuta e conselhos, pela presença e partilha, pelos memes e risadas.

À família que me foi permitido escolher (e ser escolhido) há mais de 20 anos. A Romulo pela irmandade de sempre, pela força emanada traduzida em leituras atentas desde o projeto de seleção, pelas reflexões e análises conjuntas, pelas indicações de leitura, mesmo um dos momentos mais sensíveis de sua vida. À Élida, Heloíza, Paula, Suellem, Kelia, Milena e Nathalia, amigades de uma vida inteira, que acompanharam toda a montanha-russa de sentimentos nesta minha jornada, sempre me incentivando, presencialmente ou a distância.

À Mariela, que também faz parte desta família, por todos esses anos de amizade, por ter me apresentado o PPGMiT, por ter lido meu projeto de seleção, por ter me ligado (e se emocionado comigo!) para dar a notícia da aprovação, por ter me dado abrigo quando cheguei a Bauru, pelas trocas durante todo nosso percurso neste doutorado – incluindo as gastronômicas.

Ainda à Helo, Vitor e Heitorzinho, por serem abrigo e afeto na ponte-aérea São Paulo-Maranhão; por trazerem maranhensidade à pauliceia.

À Pamela, pelo zelo com que leu e se importou com esta pesquisa. Pelos materiais de leitura enviados (verdadeiros achados), pelas conexões estabelecidas com o trabalho e pelo incentivo constante.

À Angélica, Vitor, Lemuel, Lyz, Giovana, Paulo, Maurício, Peterson e Gabriel, aqui representando todos os bauruenses, natos ou de coração, que me acolheram na Cidade Sanduíche. Minha rede de afetos. Obrigado por me acolherem em suas vidas, cada um do seu jeito. Grato pelas histórias e estórias que escrevemos juntos. Nos vemos em São Luís!

Nominar todo mundo que participou, direta ou indiretamente deste processo, e contribuiu para que este sonho se concretizasse, realmente é ao mesmo tempo uma tarefa árdua e gratificante. Muitos foram os que cruzaram este meu caminhar unespiano e bauruense. Sou mais feliz por tê-los(as) comigo nesta jornada-vida.

Ninguém nasce odiando outra pessoa pela cor de sua pele, por sua origem ou ainda por sua religião *(ou por sua sexualidade)*. Para odiar, as pessoas precisam aprender, e se podem aprender a odiar, podem ser ensinadas a amar.

Nelson Mandela, adaptado

DIAS, Pablo Ricardo Monteiro. A invisibilidade do sujeito LGBTQIA+ nas estratégias discursivas de universidades públicas maranhenses: identidades e representações em perfis de mídias sociais. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia. FAAC, UNESP, sob a orientação do Professor Doutor Osvando José de Moraes, Bauru, 2023.

RESUMO

Este estudo buscou compreender como as universidades públicas maranhenses se posicionam sobre a temática da diversidade de gênero e se essa abordagem se configura como constituinte de sua identidade, condizentes com sua missão e função social ou se são apenas estratégias discursivo-mercadológicas. A hipótese testada foi a de que, apesar de sua natureza e função social, as IES invisibilizam assuntos relacionados à temática, limitando o foco narrativo do discurso institucional, direcionando-o para enunciar, de maneira objetiva, datas comemorativas LGBTQIA+. Configurou-se como um estudo descritivo-analítico. Seu percurso teórico tem base nos estudos de gênero (IRIGARAY, 2017; BUTLER, 2020; LOURO, 2020) e do discurso (FAIRCLOUGH, 2002; FOUCAULT, 2012), dentro da configuração de uma Comunicação Pública (ZÉMOR, 1995, 2014; BRANDÃO, 2006; DUARTE, 2007; MATOS, 2012; KOÇOUSKI, 2012). Neste cenário, advogou que as IES têm potencial de promover e ampliar a construção identitária e as representações (BAUMAN, 2005; HALL, 2004, 2014; SILVA, 2014; WOODWARD, 2014) da população LGBTQIA+ – em especial nas mídias digitais (RECUERO, 2009, 2017, 2018). O corpus de análise foi constituído pelos posts em mídias sociais (Instagram) de duas IES públicas do Maranhão – UFMA e UEMA, no período abril a junho e setembro a novembro de 2022. A escolha é justificada pelo relevante papel destas instituições no processo de formação cidadã e por serem as principais produtoras de conhecimento científico e tecnológico do Maranhão, abrangendo todo o estado. O período escolhido contemplou as produções dos calendários acadêmicos das IES. A Análise de Dados. Os dados foram analisados à luz da combinação da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016) e da Teoria Social do Discurso (FAIRCLOUGH, 2002). Como resultado, a tese de que os discursos das IES invisibilizam a temática LGBTQIA+ e que o foco narrativo do discurso é limitado a uma perspectiva de promoção institucional foi corroborada. Este estudo espera contribuir com as IES e o estado do Maranhão na construção de práticas inclusivas que agendem e mobilizem o debate público para o combate ao preconceito e violência lgbtqia+fóbica. Almeja, ainda, apresentar direcionamentos para a construção de ações e políticas para a comunidade LGBTQIA+.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Pública. Mídias Sociais. Diversidade de Gênero. Instituições Públicas de Ensino Superior.

DIAS, Pablo Ricardo Monteiro. The invisibility of the LGBTQIA+ subject in the discursive strategies of public universities in Maranhão: identities and representations in social media profiles. Doctoral thesis. Graduate Program in Media and Technology. FAAC, UNESP, under the guidance of Professor PhD Osvando José de Moraes, Bauru, 2023.

ABSTRACT

This study sought to understand how public universities in Maranhão position themselves on the theme of gender diversity and if this approach is configured as a constituent of their identity, consistent with their mission and social function or if they are just discursive-marketing strategies. The hypothesis tested was that, despite their nature and social function, they make subjects related to the theme invisible, limiting the narrative focus of the institutional discourse, directing it to objectively enunciate LGBTQIA+ commemorative dates. It was configured as a descriptive-analytical study. His theoretical path is based on studies of gender (IRIGARAY, 2017; BUTLER, 2020; LOURO, 2020) and discourse (FAIRCLOUGH, 2002; FOUCAULT, 2012), within a configuration of Public Communication (ZÉMOR, 1995, 2014; BRANDÃO, 2006; DUARTE, 2007; MATOS, 2012; KOÇOUSKI, 2012). In this scenario, he advocated that HEIs have the potential to promote and expand the identity construction and representations (BAUMAN, 2005; HALL, 2004, 2014; SILVA, 2014; WOODWARD, 2014) of the LGBTQIA+ population – especially in digital media (RECUERO, 2009, 2017, 2018). The corpus of analysis consisted of posts on social media (Instagram) from two public HEIs in Maranhão – UFMA and UEMA, from April to June and September to November 2022. The choice is justified by the relevant role of these institutions in the training process citizen and for being the main producers of scientific and technological knowledge in Maranhão, covering the entire state. The chosen period included the productions of the academic calendars of the HEIs. The collected data were analyzed in light of the combination of Content Analysis (BARDIN, 2016) and Social Discourse Theory (FAIRCLOUGH, 2002). As a result, the thesis that the discourses of HEIs make the LGBTQIA+ theme invisible and that the narrative focus of the discourse is limited to an institutional promotion perspective was corroborated.. This study hopes to contribute with HEIs and the state of Maranhão in the construction of inclusive practices that organize and mobilize public debate to combat prejudice and lgbtfqia+phobic violence. It also aims to present guidelines for the construction of actions and policies for the LGBTQIA+ community.

KEYWORDS: Public Communication. Social media. Gender Diversity. Public Institutions of Higher Education.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 01 – Print da Publicação Visibilidade Trans no Instagram da UFPI
- Figura 02 – Print da Publicação Respeite as Diferenças no Instagram da UFPI
- Figura 03 – Print da Publicação que lança a campanha da Diversidade na UFSC
- Figura 04 – Print do Perfil da UFSC no Instagram
- Figura 05 – Print do *Story* Destacado no perfil da UFSC no Instagram
- Figura 06 – Resultado da Busca por Palavras-Chave na TVU1
- Figura 07 – Resultado da Busca por Palavras-Chave na TVU2
- Figura 08 – Exemplo de Resultado já Filtrado por Palavras-Chave na TVU2
- Figura 09 – Fases da Análise de Conteúdo (Bardin)
- Figura 10 – Esquematização da Análise de Conteúdo realizada na Pesquisa
- Figura 11 – Tridimensionalidade do Discurso e Categorias Analíticas
- Figura 12 – Missão, Visão e Valores da UFMA
- Figura 13 – Cadeia de Valor da UFMA
- Figura 14 – Notícia sobre Chamada Pública – Ações Afirmativas na Pós-Graduação
- Figura 15 – Diversidade de gênero no discurso do perfil @ufmaoficial
- Figura 16 – Post sobre Diversidade no perfil @ufmaoficial
- Figura 17 – Presença da UEMA no território maranhense
- Figura 18 – Post sobre combate à homofobia no perfil @uemaoficial
- Figura 19 – Post sobre combate à LGBTQIA+fobia no perfil @uemaoficial
- Figura 20 – Post sobre combate à LGBTQIA+fobia no perfil @uemaoficial
- Figura 21 – Relação Conteúdo-Espaço ocupado por Datas Comemorativas LGBTQIA+ no Perfil @ufmaoficial
- Figura 22 – Relação Conteúdo-Espaço ocupado por Datas Comemorativas LGBTQIA+ no Perfil @uemaoficial

- Gráfico 01 – Índice de Ocupação das Categorias no Perfil @ufmaoficial no Instagram
- Gráfico 02 – Índice de Ocupação das Categorias no Perfil @uemaoficial no Instagram

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Conceitos de Gênero, Identidade de Gênero e Orientação Sexual

Quadro 2 – Variáveis e Categorias de Análise

Quadro 3 – Mapeamento das Categorias no Perfil @ufmaoficial do Instagram

Quadro 4 – Mapeamento das Categorias no Perfil @uemaoficial do Instagram

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CO	Comunicação Organizacional
CP	Comunicação Pública
DCSO	Departamento de Comunicação da UFMA
ESD	Estágio Supervisionado Docente
FAAC	Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design do Campus de Bauru
GGB	Grupo Gay da Bahia
HUUFMA/HU	Hospital Universitário da UFMA
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IES	Instituições de Ensino Superior
IFCE	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará
LGBTQIA+	Lésbica, Gay, Bissexual, Travesti e Transexual, Queer, Intersexo, Assexual. O sinal de “mais” engloba outras representações.
PPGMiT	Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia
RP	Relações Públicas
SCE	Superintendência de Comunicação e Eventos
TVUs	Televisões Universitárias
UEMA	Universidade Estadual do Maranhão
UFBA	Universidade Federal da Bahia
UFG	Universidade Federal de Goiás
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFPA	Universidade Federal do Pará
UFPI	Universidade Federal do Piauí
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UNDB	Centro Universitário UNDB

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 ENTRE A PROMOÇÃO INSTITUCIONAL E O ENGAJAMENTO CIDADÃO: A COMUNICAÇÃO DAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS BRASILEIRAS	26
2.1 Imbricações conceituais da Comunicação Pública no Brasil	31
2.2 Governamental, científica e institucional: nuances da comunicação das IES .	38
2.3 A pauta da diversidade no debate da CP	41
2.4 Comunicação Pública em mídias sociais: construção identitária, representação, mobilização e engajamento dos cidadãos	45
2.4.1 <i>Os novos desenhos do ser e estar em sociedade pelas mídias sociais ...</i>	<i>49</i>
2.4.2 <i>Identidades caleidoscópicas digitais: a (de)formação identitária do sujeito contemporâneo.....</i>	<i>58</i>
3 A DIVERSIDADE NAS INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICAS: UM FENÔMENO COMUNICACIONAL	67
3.1 Gênero e diversidade sexual: implicações conceituais.....	70
3.2 Possibilidades e desafios do Instagram neste debate	78
3.3 A Temática LGBTQIA+ nas Universidades Brasileiras: pesquisas em mídias universitárias	82
3.3.1 <i>Mídias sociais de universidades federais.....</i>	<i>83</i>
3.3.2 <i>A Agenda LGBTQIA+ em outras mídias: as Televisões Universitárias em São Paulo e no Maranhão.....</i>	<i>87</i>
3.4 A invisibilidade como produto comunicacional em mídias universitárias.....	92
4 AS UNIVERSIDADES PÚBLICAS MARANHENSES E A INVISIBILIDADE DISCURSIVA DA AGENDA LGBTQIA+	97
4.1 Constituição do corpus da pesquisa	98
4.2 O desenho metodológico de coleta e análise de dados	100

4.3 A diversidade no contexto da UFMA.....	108
4.3.1 <i>As disputas de conteúdo no Instagram</i>	110
4.3.2 <i>Texto, Prática Discursiva e Prática Social na UFMA</i>	111
4.4 A diversidade no contexto da UEMA	123
4.4.1 <i>As disputas de conteúdo no Instagram</i>	126
4.4.2 <i>Texto, Prática Discursiva e Prática Social na UEMA</i>	127
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: SOBRE AS ATUAIS CIRCUNSTÂNCIAS	137
REFERÊNCIAS.....	143
APÊNDICE	153
ANEXOS.....	155

1 INTRODUÇÃO

Os índices de violência e de exclusão no Brasil são alarmantes, sobretudo quando envolvem sujeitos atravessados por desigualdades por razão de raça e gênero. De acordo com o “Atlas da Violência” (IPEA, 2020)¹, os números de assassinatos de negros, mulheres e pobres são altos e preocupantes. É, ainda, um dos países com a maior quantidade de registros de homicídios contra LGBTQIA+, segundo o Grupo Gay da Bahia (GGB, 2021)².

Neste cenário, o Maranhão já chegou a ocupar o 4º lugar no lastimável ranking de violência contra homossexuais no país; hoje³, está na 7ª faixa de municípios em número de mortes de pessoas LGBTQIA+⁴. Localizado no Nordeste – região do país cujos índices de crimes motivados por homofobia são os maiores (GGB, 2021) – o estado ainda é marcado por outros indicadores sociais alarmantes: tem uma das piores colocações no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do país, ocupa a penúltima posição (26º sexto lugar), com 22.47% dos habitantes em situação de extrema pobreza (ATLAS DO DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2013).

Embora percebamos avanços nos direitos conquistados pela população LGBTQIA+, como a criminalização da LGBTQIA+fobia, a possibilidade de mudança de nome e o uso do nome social, o reconhecimento de união estável homoafetiva e o recorde de pessoas transsexuais eleitas nos últimos pleitos; e, ainda, que tenha havido um decréscimo de 28% nos índices gerais de violência motivada pela LGBTQIA+fobia (em 2020), o relatório do GGB (2021) afirma que é necessário envidar esforços redobrados para combater esses crimes, com ações educativas e com a promoção de políticas públicas voltadas à cidadania LGBTQIA+. Isto porque, ainda de

¹ CERQUEIRA, D. et al. Atlas da violência 2020. Brasília: IPEA, 2020. Acesso em 05 jun de 2021. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/>.

² Informação disponível no Relatório “Observatório de Mortes violentas de LGBTI+ no Brasil, 2020”, lançado em 2021, fruto da parceria entre o GGB e o grupo Acontece Arte e Política LGBTI+.

³ GGB, 2021.

⁴ Considerando as várias siglas que existem para representar as identidades e orientações, neste estudo, utilizaremos LGBTQIA+, cujos significados são: L de lésbica, G de gay, B de bissexual, T de travesti e transexual, Q de queer, I de intersexo e A de assexual. O sinal de “mais” engloba muitas outras representações.

acordo com o documento, a redução registrada não foi oriunda de políticas públicas de inclusão, proteção e educação, tampouco incentivo do Estado; pelo contrário, deu-se pelo desmonte dos investimentos nestas áreas e pelas subnotificações e registros, causados por vários fatores, dentre os quais, a pandemia do novo coronavírus.

Por certo, se tomarmos por norte o conceito de LGBTQIA+fobia⁵ como a materialização de um preconceito (BORRILLO, 2010) arraigado no indivíduo e motivação odiosa irracional contra identidades de gênero e orientações sexuais que dissentem daquilo que é – erroneamente – considerado “normal”, entenderemos o quão estrutural e difícil de mudança é o processo de desumanização de pessoas LGBTQIA+.

Esses índices e constatações, por exemplo, descortinam o discurso inferiorização do sujeito fundada em estereótipos e estigmatização – que dão argumentos a essas fobias estruturais – e o desamparo desta população pelo poder público e uma tentativa silenciamento de pautas desta ordem, sobretudo frente a uma anti-“ideologia de gênero”, defendida pela parcela conservadora da sociedade que ganhou força com as eleições da extrema-direita brasileira e que baseiam suas produções de sentido em discursos de ódio e desinformação, sobretudo nas mídias sociais. Estas, entendidas aqui como um fenômeno complexo que, por meio de suas estruturas e das ações e intencionalidades dos sujeitos envolvidos nos processos, dá voz e visibilidade a diferentes temas e atores, privilegiando uns ao tempo que silencia outros – modificando os modos de fazer circular as informações (RECUERO, 2018, 2019), comportamentos e discussões públicas.

De certo, para o enfrentamento desta situação, é imprescindível que esta discussão, sob as mais diferentes óticas, ocupe papel de destaque na sociedade e gere práticas de proteção e inclusão, para não correr o risco de inércia por parte da ação governamental e consequente cristalização de um “estado de coisas” (RUA, 2009). A presente tese traduz-se, portanto, em uma dessas ações.

Ao que nos parece, amparados em Sousa Santos (2014), as universidades ainda não estão preparadas para o debate desta temática, uma vez que pautar a

⁵ Vale lembrar que, desde 2019, a LGBTQIA+fobia é crime imprescritível e inafiançável no Brasil, com pena prevista de um a três anos de reclusão – Lei 7716/89.

diversidade requer uma profunda autoavaliação e mudanças estruturais em instituições que são completamente verticalizadas, hierarquizadas e com raízes nas tradições de uma sociedade cis, branca, elitizada e heteronormativa. Neste sentido, parece haver um descompasso entre as IES e as novas dinâmicas da sociedade, o que acaba por favorecer o impedimento de uma formação humana e profissional capaz de lidar com mercado de trabalho, sim, mas também capaz de lidar com os diversos sujeitos e as interseccionalidades que o constituem.

No Maranhão, as primeiras universidades datam da década de 1950/60 (UFMA) e 1980 (UEMA). Neste espaço de tempo até hoje, foram criadas muitas instituições de ensino superior, principalmente privadas. Em contraponto ao crescimento quantitativo do número de IES, durante este tempo, o Maranhão oscilou/a entre a última e penúltima posição em rankings de desenvolvimento, como o IDH. Entre os indicadores educacionais, tem apenas 7.4% da população de 25 anos ou mais de idade com a formação de nível superior completo - o menor índice do Brasil (IBGE, 2018). Considerando estes paradoxos, nos perguntamos como estas instituições estão se adaptando a estes novos contextos.

Centramo-nos, aqui, em compreender como as universidades públicas maranhenses se posicionam sobre a temática da diversidade de gênero em suas mídias sociais e se essa abordagem se configura como constituinte de sua identidade, condizentes com sua missão e função social ou se são apenas estratégias discursivo-mercadológicas. Este é o nosso objetivo geral.

Isto implica responder a questões norteadoras como: essas IES maranhenses, de natureza essencialmente pública, estão desenvolvendo ações comunicacionais de combate à discriminação e opressão de gênero? E de inclusão social? Há estratégias comunicativas para isso? São condizentes com políticas institucionais, estaduais e nacionais? De que maneira enunciam os sujeitos LGBTQIA+ em suas plataformas digitais? Considerando o potencial das mídias sociais, as ações lá desenvolvidas representam a diversidade LGBTQIA+, dando voz a estes atores sociais?

Temos, portanto, foco nas articulações discursivas dessas organizações em suas mídias digitais, especialmente as mídias sociais, e em como as estratégias

comunicativas são mobilizadas para representar sujeitos LGBTQIA+ e, assim, contribuir para sua formação identitária e inclusão no contexto educacional.

A hipótese é de que, apesar de sua natureza e função social, as IES invisibilizam assuntos relacionados à temática, limitando o foco narrativo do discurso institucional, direcionando-o para enunciar, de maneira objetiva, datas comemorativas LGBTQIA+. A presença e direcionamento da pauta em mídias sociais, existam, ocorrem de maneira pouco educativa e/ou propositiva, não-estratégica; não contribuindo, assim, para articulações de efetiva inclusão e proteção destes sujeitos bem como para a ampliação dos debates acerca da temática dentro e fora das universidades. Por essa razão, as IES precisam adotar posicionamentos e práticas de combate aos processos de desinformação, estigmatização e violência contra esta população, insuflados pela rede de ódio que se formam principalmente nas mídias sociais.

Dada sua natureza, as Instituições de Ensino Superior traduzem-se em ambiências propícias à promoção e efetivação de transformações sociais e de subjetivações que podem tornar seus atores cada vez mais engajados com uma educação humanista/humanizante. Para além da educação formal, com a construção de políticas e projetos educativos e ações afirmativas para a inclusão e para o combate à LGBTQIA+fobia, provendo recursos para que o eu compreenda o tu em suas mais variadas interseccionalidades, é preciso que se pense também do ponto de vista da educação informal, não-formal, na medida em que não se pode negar que essa população tem seu acesso à educação (formal) – seja pelo impedimento ou dificuldades advindas dos preconceitos enraizados na sociedade, seja por não se sentirem pertencentes àquele lugar – a começar pela própria família.

Essas condicionantes cerceiam o direito básico à Educação e a politização do sujeito – o que dificulta a leitura crítica dos contextos nos quais eles estão inseridos e de uma autoleitura que permita que não só tenham voz, mas também ocupem e girem os espaços – públicos ou privados, e marquem seus posicionamentos nesta disputa que é sobretudo simbólica. É necessário, então, que as histórias de vida, os conhecimentos e os contextos desta população sejam levados em conta para que “todos, sem exceção, façam frutificar seus talentos e suas potencialidades criativas, o que implica, por parte de cada um, a capacidade de assumir sua própria

responsabilidade e de realizar seu projeto pessoal” (UNESCO, 2010, p. 94). Em ambas as óticas, que devem ser complementares, é preciso que se desmistifique as realidades e estereótipos sobre esta população, e se considere que suas vivências, experiências constituem-se enquanto campos de aprendizagem.

Na interface com a Educação e Comunicação, a temática LGBTQIA+ começa a ganhar visibilidade quando os estudos de gênero (IRIGARAY, 2017; BUTLER, 2020; LOURO, 2020) passam a considerar as construções sociais dos indivíduos (AGRELI, 2018). Neste caso, ao produzirem e fazerem circular discursos (FAIRCLOUGH, 2002; FOUCAULT, 2012), na perspectiva de uma Comunicação Pública (ZÉMOR, 1995, 2014; BRANDÃO, 2006; DUARTE, 2007; MATOS, 2012; KOÇOUSKI, 2012), as IES têm potencial de promover e ampliar a construção identitária e as representações (BAUMAN, 2005; HALL, 2004, 2014; SILVA, 2014; WOODWARD, 2014) desta população – em especial nas ambiências digitais.

Face a este cenário, constituem-se como objetivos específicos deste trabalho mapear a presença da temática LGBTQIA+ nas mídias digitais das universidades públicas maranhenses, em especial nas suas mídias sociais; compreender como os discursos pró-LGBTQIA+ são construídos e distribuídos nas mídias das IES públicas maranhenses; identificar a existência de direcionamentos e políticas institucionais das IES em prol dos sujeitos LGBTQIA+; comparar os discursos documentados e práticas organizacionais digitais sobre a diversidade; caracterizar os contextos culturais locais que favorecem ou dificultam a discussão sobre diversidade no cenário da educação superior pública maranhense.

Ao buscar atingir os objetivos supracitados, é importante mencionar que a presente tese parte de uma motivação ancorada no conceito de comunidades de destino e afeto (HALBWACHS, 1990; BOSI, 1995), cujas vivências, experiências e memórias são compartilhadas pelos sujeitos envolvidos, que se identificam e se reconhecem. São trajetórias em algum grau similares, que reforçam os sentimentos de pertença. Partilhas estas que nascem também de uma imersão acadêmico-profissional em instituições de ensino superior. Assumimos aqui pontos de vista e inquietações de uma vivência de mais quinze anos trabalhando em instituições de ensino superior, seja como relações públicas, gestor de assessorias de comunicação e/ou professor.

Foram estas experiências que possibilitaram que notássemos uma desproporcionalidade na função social das universidades públicas no país: quão inversamente proporcional é a relação entre o que as IES produzem e o que a sociedade conhece sobre; assim também como pudemos perceber as limitações (de diversas ordens: financeira, de pessoal, material etc) para a intervenção das IES nos territórios em que está inserida, contribuindo com seu desenvolvimento e transformação social – até como forma de retornar à sociedade os recursos públicos nelas investidos. Isto foi o que nos permitiu olhar esta oportunidade de investigação na área em que atuamos. Por essas razões, e pelo fato de nos colocarmos para contribuir acadêmica e profissionalmente com o Maranhão e as IES, este estudo está dissertado em primeira pessoa.

O corpus de análise foi constituído pelos posts no Instagram das duas maiores IES públicas do Maranhão – UFMA e UEMA, no período de seis meses: de abril a junho e de setembro a novembro de 2022. Este recorte temporal enquadra e busca equilibrar as regularidades e sazonalidades do calendário acadêmico de ambas as instituições. A escolha, do ponto de vista das instituições, é justificada pelo relevante papel destas instituições no processo de formação cidadã e por serem as principais produtoras de conhecimento científico e tecnológico do Maranhão, contemplando todo o estado.

Já na perspectiva da mídia social escolhida, Instagram, tem-se como primeira razão o fato de ela possibilitar, através de seus *affordances*, a formação, representação e projeção de identidades nesta ambiência digital. Fotos, vídeos, filtros, *hashtags*, *likes*, compartilhamentos, *direct messenger*, entre outros recursos, possibilitam a criação, circulação e consumo dos mais diversos tipos de conteúdo, práticas e sentidos, propiciando interação entre seus usuários e fazendo desta a terceira mídia social mais utilizada pelos brasileiros, com mais de 113 milhões de usuários, atrás apenas do WhatsApp (169 milhões) e YouTube (142 milhões de brasileiros) (WE ARE SOCIAL, MELTWATER, 2023)⁶.

Além da sua característica bibliográfica (referencial teórico) e documental (documentos institucionais normativos, como o Plano de Desenvolvimento

⁶ Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/>

Institucional), esta pesquisa coletou os dados por um híbrido procedimental: a) captura de postagens no *feed* do Instagram por meio de softwares específicos; b) observação direta intensiva do tipo não-participante dos perfis oficiais do Instagram das duas IES maranhenses para levantamento das práticas comunicacionais e interativas, on-line, como *posts*, *likes*, comentários e compartilhamentos; c) questionários aplicados via Lei de Acesso à Informação junto às IES para o entendimento das formações político-discursivas e práticas organizacionais.

Os dados coletados foram analisados à luz da combinação da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2016) e da Teoria Social do Discurso (FAIRCLOUGH, 2002). Buscamos verificar não só o que os discursos mostram, mas também o que eles escondem. Na verdade, esta última parte é o que mais nos interessa: o que é escondido, invisibilizado. O que está lá textualmente dito, e também o que é ocultado pelas práticas discursivas e sociais.

Dessa forma, o presente trabalho justifica-se na tentativa de ampliar teórica e empiricamente as discussões de um campo que muito tem a ser explorado. Entende-se também que seja socialmente relevante pois contribuir para a formação de uma sociedade mais justa, inclusiva e igualitária. Isto porque se compreende que a produção de conhecimento sobre esta temática pode refletir na diminuição de preconceitos e opressões a grupos histórica e socialmente oprimidos, que já se sentem naturalmente “rejeitados” por estarem fora do “padrão”.

Todo esse debate proposto foi estruturado em quatro partes, sendo a primeira esta introdução, na qual situamos os leitores acerca das dimensões teórico-metodológicas bem como de suas possibilidades e expectativas. No segundo capítulo, contextualizamos as práticas comunicativas das universidades públicas brasileiras enquanto pertencentes ao arcabouço da Comunicação Pública, com ênfase para as perspectivas governamental, científica e institucional. Partimos da ideia de que as IES precisam estruturar os seus discursos em prol do fortalecimento da cidadania, o que compreende o foco no cidadão e a inclusão do debate de pautas cidadãs na esfera pública. Destas, recebe destaque a pauta da diversidade sexual, com recorte para a população LGBTQIA+.

Discutimos as possibilidades e desafios advindos do uso das mídias sociais enquanto mídias institucionais de instituições públicas e como estas plataformas e

tecnologias traçam novos desenhos para o ser e o estar em sociedade de tal maneiras que exigem novas estratégias comunicacionais para a construção identitária, representação, engajamento e mobilização dos cidadãos. Por fim, apresentamos o conceito de Identidades Caleidoscópicas Digitais, proposto pelo autor, que apresenta este cidadão como híbrido, múltiplo, plural.

A diversidade nas instituições de ensino superior públicas enquanto fenômeno comunicacional é a discussão proposta no terceiro capítulo. Neste espaço, traçamos as implicações conceituais entre gênero, identidades de gênero, orientação sexual e a diversidade nas universidades. Ganha destaque o lugar ocupado e a forma pela qual o sujeito LGBTQIA+ é representado nos espaços midiáticos universitários, especialmente no Instagram – que figura no rol das mídias sociais mais populares do mundo e do Brasil, que por meio de imagens, textos e outros mecanismos de interação, criam diferentes possibilidades de uso e de (auto)projeção identitária-representativa dos usuários. Para começar a compreender a apropriação da causa LGBTQIA+ pelas IES públicas, identifica espaços e estratégias comunicativas utilizadas para representar o sujeito LGBTQIA+ em mídias universitárias digitais e tradicionais, apontando para a invisibilidade como produto comunicacional nestas mídias.

No último capítulo, desenhamos o percurso metodológico, a apresentação contextual dos objetos empíricos desta pesquisa, como se deram as etapas de coleta e análise de dados e os resultados da pesquisa sobre a invisibilidade discursiva da agenda LGBTQIA+ nas universidades públicas maranhenses no contexto da UFMA e da UEMA. Tendo em vista os objetivos desta pesquisa e seu desenho teórico-metodológico, este estudo é descritivo-analítico. Seu referencial teórico é construído a partir de pesquisa bibliográfica e documental.

Buscamos dar maior visibilidade, ocupação e representação à população LGBTQIA+ nos espaços midiáticos das IES – entendendo aqui a visibilidade do ponto de não só do ponto de vista do acesso às informações e ao espaço ocupado, como também de forma relacional e estratégica (BRIGHENTI, 2010), de jogos de posicionamentos. É nosso propósito também corroborar para uma educação e uma IES (mais) inclusiva, agendando o debate político, amplificando e favorecendo interações sociopolíticas, importantes nas discussões contra a homofobia e, ainda,

diminuindo invisibilidades históricas e sistêmicas. Pretende-se novas configurações discursivas, novas estratégias de interação e mobilização social que trabalhem para fortalecimento do exercício da cidadania e da democracia.

Como resultado, espera, ainda, contribuir com as IES maranhenses e o estado do Maranhão nestas discussões e no efetivo combate a toda sorte de preconceito, na desconstrução da violência lgbtfóbica tão presente no Nordeste brasileiro. Almeja, ainda, apresentar direcionamentos para a construção de ações e políticas para a comunidade LGBTQIA+.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS: SOBRE AS ATUAIS CIRCUNSTÂNCIAS

Esta pesquisa buscou identificar como as universidades públicas maranhenses se posicionam sobre a temática da diversidade de gênero em seus discursos em mídias sociais e no seu Plano de Desenvolvimento Institucional, com recorte para o sujeito LGBTQIA+, bem como compreender se essa abordagem contribui para a construção identitária deste sujeito enquanto cidadão – portanto, condizentes com sua missão e função social. Partimos da hipótese – agora confirmada – de que, apesar de sua natureza e função social, as IES invisibilizam assuntos relacionados à temática, limitando o foco narrativo do discurso institucional, direcionando-o para enunciar, de maneira objetiva, datas comemorativas LGBTQIA+.

Para viabilizar este macro objetivo, mapeamos a presença da temática LGBTQIA+ no Instagram da UFMA e da UEMA; buscamos compreender como os discursos pró-LGBTQIA+ são construídos e distribuídos nesta plataforma bem como identificar a existência de direcionamentos e políticas institucionais das IES em prol dos sujeitos LGBTQIA+, o que nos permitiu poder traçar um comparativo entre os discursos documentados e práticas organizacionais em mídias sociais; apresentando, ainda, contextos culturais locais que favorecem ou dificultam este debate nas IES públicas maranhenses.

Entendemos que os objetivos desta pesquisa foram cumpridos e nos ajudaram a chegar aos resultados, que indicam a necessidade de ampliar as discussões sobre as estratégias de comunicação digital em mídias sociais nas universidades como promotoras da agenda LGBTQIA+, capazes de mobilizadoras e engajar a sociedade nesta pauta. Permitiram, ainda, que pudéssemos chegar a achados como o do conceito de identidade caleidoscópica digital, fruto das múltiplas identidades assumidas pelos sujeitos em plataformas digitais.

Pudemos corroborar a tese de que as mídias sociais das universidades públicas maranhenses apenas reproduzem estratégias discursivo-mercadológicas em datas específicas e sazonais, contribuindo, assim, apenas para a manutenção de uma identidade e sexualidade hegemônicas, sem que haja processos educacionais para mudança da prática social. A presença e direcionamento da pauta, ainda que exista, ocorre de maneira pouco educativa e/ou propositiva, nada estratégica; não

contribuindo, assim, para articulações de efetiva inclusão e proteção destes sujeitos bem como para a ampliação dos debates acerca da temática dentro e fora das universidades. Pelo contrário, correm o risco de ratificar construções estereotipadas que confirmam as lógicas hegemônicas de dominação via construção linguística-discursiva.

Os resultados aqui apresentados apontam para uma segunda direção: este praticamente silenciamento, invisibilização desta discussão pela Comunicação das IES, o que pode culminar em processos de exclusão. É claro que é preciso que sejam reconhecidos os avanços de inclusão da temática em documentos oficiais e até mesmo nas postagens do Instagram. Mas acreditamos que há mais lacunas a serem preenchidas com mais investigações nos campos comunicacional e cultural. Desta forma, esta pesquisa espera somar esforços em prol de estudos que buscam descortinar temas invisíveis na academia.

Como visto no decorrer deste estudo, enquanto atores da Comunicação Pública, a gestão da comunicação das Universidades precisa ser desenhada tendo o interesse público e a formação cidadã como o centro; estimulando o debate e mobilizando para participação dos cidadãos nas esferas deliberativas, fortalecendo a presença da diversidade de vozes de modo que instituições e agendas públicas sejam pressionadas para o entendimento e representação destas identidades plurais.

Considerando a legitimidade da qual gozam as Instituições de Ensino Superior Público neste campo, seus veículos e conteúdos midiáticos tem papel de destaque. Textos, imagens e áudios têm a possibilidade de transformar experiências e vivências, possibilitando à sociedade o contato com sujeitos e realidades com as quais jamais teriam por outra instituição.

Reconhecemos que este estudo se limitou às práticas comunicativas e conteúdos presentes em documentos institucionais e em uma única mídia social. Por certo, muitas ações podem ser desenvolvidas isoladamente por grupos e projetos de pesquisa, extensão, por exemplo. Mas temos aí outro problema: o da divulgação dos resultados e ações destas pesquisas. Como vimos, conteúdos de divulgação científica não ultrapassam 2% dos conteúdos veiculados. Então, não temos sua visibilização e reverberação extramuros. Outros veículos, ainda, podem trazer este debate; mas não

conseguimos identificar links intertextuais que possam nos fazer afirmar esta ligação ou promoção do debate.

Uma segunda limitação diz respeito a constituição da amostra na sua amostra, que incluiu as duas principais universidades do estado do Maranhão. Estudos futuros podem e devem analisar as outras instituições públicas – e até mesmo as universidades privadas. Pode-se, também, ampliar o estudo para IES de outros estados de forma comparativa para uma compreensão mais ampla do tema. Ainda operando no contexto das limitações, utilizamos em nosso desenho metodológico, o acesso às informações por meio da Lei de Acesso à Informação; entendemos que este tipo de coleta dificultou a coleta dos dados, considerando os prazos estipulados para respostas³⁹.

Temos certo também de que a divulgação pela divulgação não abarca, sob nenhuma hipótese, a superação dos contextos de desigualdade e invisibilidade aqui apresentados. Estar presente, tornar-se visível, *per si*, não supera estas questões. Aliás, a visibilidade não deve ser encarada como o ponto de chegada, mas sim como um ponto de partida; explicamos: estar representado em um discurso não significa necessariamente uma realidade representada. As identidades ali presentes podem não ser autoreconhecidas ou, ainda, podem naturalizar estereótipos, qualificar ou desqualificar os sujeitos, a partir da perpetuação de diferenças.

Podem, ainda, não representar as necessidades do coletivo, que por si só já é diverso e fluido, com maior ou menor grau de presença a partir da posição que ocupam na sigla LGBTQIA+. A partir da diferença entre os sujeitos que estão identificados na mesma sigla, por exemplo, esta visibilidade pode não suscitar os debates adequados e representativos, podem não se transformarem em espaços de fala. Uma representação equivocada pode fazer toda a discussão retroceder.

Este estudo reconhece que não há uma fórmula ou modelo, quiçá forma única, das universidades se comprometerem com a agenda LGBTQIA+; pelo contrário, são várias as possibilidades - que dependerão, entre outras coisas, das suas prioridades enquanto instituição, sua natureza, projetos políticos e pedagógicos, as realidades dos

³⁹ Informamos que recebemos as respostas solicitadas ao final do prazo legal de 20 dias úteis, coincidente com a data da defesa do trabalho. Por esta razão, não foram incorporadas no escopo de análise do texto, mas estão disponibilizadas nos anexos deste trabalho.

seus territórios de inserção, sua capilaridade, alcance/resultados dos seus projetos de pesquisa e extensão, missão e valores declarados etc. Uma multiplicação de variáveis e contextos.

Por essa razão, as IES precisam adotar posicionamentos e práticas de combate aos processos dos diversos tipos de violência contra esta população, insuflados pela rede de ódio que se formam principalmente nas mídias sociais. Um redesenho que permita às Universidades desenvolverem ações educacionais, principalmente nas mídias sociais, tomando estas plataformas como ferramentas para educar para temáticas LGBTQIA+.

É preciso que os filtros de produção discursiva sejam repensados para que haja naturalmente a incorporação dessa temática nas instâncias de modo que o destaque seja a educação para a inclusão; o sujeito, suas lutas, conquistas não de modo promocional, mas de maneira que a naturalização se faça presente e que mais vozes de resistência sejam ouvidas. Enquanto atores públicos voltadas à formação cidadã e transformação social, as IES precisam fazer com que junto a esta representação, exposição, visibilidade, seja fomentado o debate, a problematização. Isto tudo faz parte de um jogo de produção de sentidos que dependem das escolhas e filtros que serão utilizados para a construção do discurso. Ainda mais em meio a um levante cristão-conservador, que não aceita e/ou respeita as diferenças e que têm a seu favor as mídias sociais.

Por tudo o que fora discutido, é preciso saber lidar com o poder de mobilização não das mídias sociais em si, mas dos sujeitos que detêm as suas produções. Somente com estes agendamentos sociais é possível que se possa estimular o debate e articular a mobilização para ações efetivas de transformação social. Não se nega aqui algumas práticas, mesmo que por força de cumprimento da lei, que visam a estes debates, mas acreditamos que mesmo com elas, as universidades precisam fazer uma autoavaliação de suas políticas de diversidade e inclusão bem como sua divulgação, de modo que permita a toda a comunidade acadêmica novas perspectivas, a partir das interseccionalidades dos múltiplos atores que a constroem.

Estas mídias são, pois, estratégias neste jogo de poder simbólico na construção das identidades, de visibilização e fortalecimento de pautas cidadãos e sujeitos historicamente discriminados e marginalizados. Um jogo de busca pela normalização

de um sujeito social por meio de sistemas linguísticos, discursivos, que por vezes não leva em consideração que a identidade do sujeito contemporâneo é cada vez mais fragmentada, plural, flutuante, múltipla, digital e caleidoscópica.

Acreditamos que o debate proposto se apresenta útil para as IES, especialmente do Maranhão, na medida em que pode se constituir como um caminho a ser pensado para articular e promover o debate a práticas inclusivas em suas mídias, ultrapassando uma lógica mercadológica e de simples promoção institucional. O estudo traduz-se, em nosso entendimento, também como um convite à ação.

Neste sentido, os processos comunicativos das universidades não podem considerá-las de uso meramente instrumental. Precisam estar ancoradas nos debates públicos e retroalimentar novos. Não se pode, nem se deve conceber a Universidade enquanto um sistema fechado, funcionalista e burocrática. Pelo contrário, a partir de sua natureza e funções sociais, e considerando o cenário político atravessado pelo país entre 2018-2022, deve ser entendida enquanto organismo vivo, aberto, agente de transformações e que, portanto, deve mais que nunca interagir com a sociedade e criar mecanismos capazes de ouvir e atender às demandas sociais.

Isto implica agir diretamente nos cenários socioterritoriais em que estão inseridas: educação, saúde, habitação, diversidade, entre outras. Este é o desafio das universidades no cenário contemporâneo: adaptar-se a esta nova realidade, às mudanças de contextos e expectativas da sociedade e na promoção de uma cultura inclusiva e diversa. E estes desafios vão exigir um processo comunicativo criativo e inovador, capaz de efetivar, para além da função técnico-formativa, a sua função social.

Buscamos novas possibilidades, novos horizontes para o combate a discursos reacionários, opressores e a substituição por novos discursos, não-violentos, a partir de lugares de fala legítimos dos atores sociais envolvidos, por meio, inclusive, dos produtos que derivarão desta pesquisa. Buscamos isto porque, assim como dissemos no começo, somos, reconhecemo-nos e nos construímos enquanto comunidades de destino. Somos constituídos das experiências e vivências dos nossos grupos de referências, é assim que nossa identidade e memória vão se construindo, são estes processos de identificação que formam estas comunidades, que formam as memórias – que individualizadas, para Halbwachs (1990), pode impor limites à ditadura (das

memórias) coletiva(s) – e que dão vitalidade a estas novas possibilidades que esperamos (e propomos) para mim, ti e eles.

REFERÊNCIAS

- AGRELI, M. **A inclusão da diversidade sexual na Universidade Ribeirão Preto**. Tese de Doutorado, 170 p. USP. São Paulo, 2018.
- ALBAGLI, S. **Divulgação científica**: informação científica para a cidadania? *Ciência da Informação*, Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404, set./dez. 1996.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. **Novas condições de circulação e apropriação da informação e do conhecimento**: questões no debate contemporâneo. *Anais do X ENANCIB*, 2009
- ALMEIDA, H. **Cyberativismo e Primavera Árabe**: Um estudo sobre o uso da Internet no Egito para a construção da grande ruptura de 2011. In: *Revista de Discentes de Ciência Política da UFSCAR* | Vol. 1 – n. 2, 2013.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições70, 2016.
- BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BEZZON, L. **Análise político-sociológica do reencontro da sociedade civil brasileira com a cidadania e a democracia segundo a perspectiva da comunicação pública**. OLIVEIRA, Maria José da Costa. *Comunicação pública*. Campinas: Alínea, 2004.
- BHABA, H. **O local da cultura**. Trad. de Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis e Gláucia Gonçalves. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- BOSI, E. **Memória e sociedade**: lembranças de velhos. Companhia das Letras, São Paulo, 1995.
- BOURDIEU, P. **Escritos de Educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988: atualizada até a Emenda Constitucional n. 20, de 15-12- 1998.
- BRUNO, F.; KANASHIRO, M.; FIRMINO, R. (org.) **Vigilância e visibilidade**: espaço, tecnologia e identificação. Porto Alegre: Sulina, 2010. 296 p.
- BOHMAN, J. **Public Deliberation: Pluralism, Complexity and Democracy**. Cambridge. MIT Press, 1996.

BORTOLINI, A. **Identidade de gênero e orientação sexual no Brasil: transformações em disputa.** In: Diversidade sexual e de gênero em questão. Intervozes: trabalho, saúde, cultura. Petrópolis, v. 2, n. 1, p 63-70 maio/outubro, 2017.

BRAGA, J. **Circuitos versus campos sociais.** In M. A. Mattos,,J. Janotti Junior, N. Jacks, N. (Orgs), Mediação & midiatização. EDUFBA, 2012.

BRAGA, J. L. **Sobre mediatização como processo interacional de referência.** 15º Encontro Nacional da Compós. Anais. UNESP, Bauru, 2006.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, J. Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

BRANDÃO, E. P. **Usos e significados do conceito comunicação pública.** In: Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Brasília, 2006.

BUSTAMANTE, J. **Poder comunicativo, ecossistemas digitais e cidadania digital.** In: SILVEIRA, S (org.). Cidadania e redes digitais. 1ª ed. – São Paulo: CGI, 2010.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão de identidade.** 19ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.

CALVO HERNANDO, M. Conceptos sobre Difusión, Divulgación, Periodismo y Comunicación. 2006. Disponível em << <http://www.manuelcalvohernando.es/>>>

CANCLINI, N. **Ciudadanos reemplazados por algoritmos.** Argentina: Calas, 2020.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet.** Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, M. **O poder da identidade.** São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CHAUÍ, M. **A Universidade Pública sob nova perspectiva.** Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, n. 24, set/dez. 2003. Disponível em: www.scielo.br/pdf/rbedu/n24/n24a02.pdf.

CHO, M., FUREY, L. D., & MOHR, T. **Communicating Corporate Social Responsibility on Social Media.** Business and Professional Communication Quarterly, 80(1), 52–69, 2017.

COHEN, Jean L. **Sociedade civil e globalização: repensando categorias.** Tradução de Vera Pereira. DADOS - Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, v. 46, n. 3, p. 419-459, 2003. Disponível em: <www.scielo.br> Acesso em: 13 jan. 2023.

CRENSHAW, K. **Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero.** Estudos Feministas, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 171-188, jan. 2002.

DALMASO, S. **A vida exposta nas redes sociais**: Apontamentos sobre identidade, construção e representação do eu. In: VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura [Anais...]. ABCiber, 2013.

DE AGUILERA MOYANO, M., FARIAS BATLLE, P., & BARAYBAR FERNÁNDEZ, A. **La comunicación universitaria**. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos (University communication. Models, trends and tools for a new relationship with your audiences). Revista ICONO14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes, 8(2), 90, 2012.

DELORS, J. (org.). **Educação**: um tesouro a descobrir: Relatório para a Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o Século XXI. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: MEC/Unesco, 2003

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação Pública**: estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2002.

FAUSTO NETO, A. **Midiatização, Prática Social** – Prática De Sentido. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, Bauru-SP, 2006.

FIDALGO, A. **Novas massas e novos poderes**. Massas na era da Internet. In M. Lopes, & M. Kusnch (Orgs.), Comunicação, cultura e mídias sociais. ECA-USP, 2016..

FOUCAULT, M. **Microfísica do poder**. Trad. R. Machado. 24ª ed. São Paulo: Graal, 2012.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da esperança**. 13a ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2006.

FREIRE FILHO, J. **Mídia, estereótipo e representação das minorias**. Revista EcoPós, Rio de Janeiro, v. 7, n. 2, p. 45-71, ago./dez, 2004.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4a ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GÓMEZ-CARRASCO, P., GUILLAMÓN-SAORÍN, E.; GARCÍA OSMA, B. **Stakeholders versus Firm Communication in Social Media**: The Case of Twitter and Corporate Social Responsibility Information. European Accounting Review, 1–32, 2020.

GREGOLIN, M R. **Identidade**: objeto ainda não identificado? Estudos da Língua(gem). Vitória da Conquista v. 6, n. 1 p. 81-97, 2008.

GUIMARAES, C. GOUVEIA, T. **Vida em filtros**: construções identitárias no Instagram. Esferas, n. 6, 2015.

HABERMAS, J. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro. Tempo Brasileiro, volume I e II, 1997.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. Vértice, São Paulo, 1990.

HALL, S. **A identidade Cultural na pós-modernidade**. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, S. **Quem precisa de identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. 14ª ed. Petrópolis/RJ: Vozes. 2014.

HALLIDAY, T. **Discurso organizacional**: uma abordagem retórica. In: KUNSCH, M. (Org.). **Comunicação organizacional**: linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009.

HAN, Byung Chul. **O que é poder?** Edição Digital. Petrópolis: Vozes, 2019.

HAN, Byung Chul. **No Enxame: perspectivas do digital**. Edição Digital. Petrópolis: Vozes, 2018.

HJARVARD, S. **Midiatização**: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: MATRIZES, v. 5, n. 2, 2012.

HUANG, Y. T.; SU, S. F. Motives for instagram use and topics of interest among young adults. *Future Internet*, 10(8), 2018.

IASBECK, L. **A identidade organizacional e a construção dos discursos institucionais**. In: KUNSCH, M. (Org.). **Comunicação organizacional**: linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009.

IRIGARAY, H. A. R. **A Lógica Econômica da Identidade de Gênero e Orientação Sexual**. In: **Diversidade sexual e de gênero em questão**. Intervozes: trabalho, saúde, cultura. Petrópolis, v. 2, n. 1, p 71-85 maio/outubro, 2017.

_____. **As diversidades nas organizações brasileiras**: estudo sobre orientação sexual e ambiente de trabalho. 2008. Tese de Doutorado em Administração de Empresas, Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2008.

IRINEU, B. **Para além da cidadania precária: provocações ao debate brasileiro sobre direitos LGBT**. In: **Diversidade sexual e de gênero em questão**. Intervozes: trabalho, saúde, cultura. Petrópolis, v. 2, n. 1, p 71-85 maio/outubro, 2017

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JUNQUEIRA, R. D. Introdução – Homofobia nas escolas: um problema de todos. In: (Org.). **Diversidade Sexual e educação**: problematizações sobre a homofobia nas escolas: Brasília: Ministério da Educação; UNESCO, 2009. p.13-51.

KOÇOUSKI, M. Comunicação pública: construindo um conceito. In: MATOS, H. (Org). **Comunicação pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012

LACLAU, E. MOUFFE, C. **Hegemonia e Estratégia Socialista**: por uma política democrática radical. São Paulo: Intermeios; Brasília: CNPq. 2015

LAGO, C. Gênero e sexualidade nas organizações: uma conversa inicial. In: Comunicação, diversidades e organizações: pensamento e ação. Else Lemos e Patricia Salvatori (orgs). – 1. ed. – São Paulo: Abrapcorp, 2019.

LEE, E., LEE, J. A., MOON, J. H., & SUNG, Y. Pictures Speak Louder than Words: Motivations for Using Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(9), 552–556, 2015.

LIMA, T. Educação básica e o acesso de transexuais e travestis à educação superior. *Revista do Instituto de Estudos Brasileiros*, [S. l.], v. 1, n. 77, p. 70-87, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rieb/article/view/178743>. Acesso em: 8 mar. 2023.

LIPOVETSKY, G. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Cia das Letras, 2009

LÓPEZ, J. C. J. Proposta Geral de Comunicação Pública. In: McQUAIL, D. **Atuação da mídia**: comunicação de massa e interesse público. Porto Alegre: Penso, 2012.

LOURO, G. **Um corpo estranho**: ensaios sobre sexualidade e a teoria Queer. Belo Horizonte: Autêntica, 2020.

_____. **Gênero, sexualidade e educação**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. **Currículo, gênero e sexualidade**: o “normal” o “diferente” e o “excêntrico”. Petrópolis: Vozes, 2003.

MACHADO, J. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. In: *Sociologias*, Porto Alegre, ano 9, nº 18, jul./dez. 2007, p. 248-285

MARCONI, M., LAKATOS, E. **Fundamentos de metodologia científica**. SP: Atlas, 2005.

MARQUES, A.; MAFRA, R. **O diálogo, o acontecimento e a criação de cenas de dissenso em contextos organizacionais**. *Dispositiva*, v. 2, n. 2, nov. 2013-jun. 2014.

MATOS, H. (Org). **Comunicação pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: ECA/USP, 2012

_____. A comunicação pública na perspectiva da teoria do reconhecimento. In: KUNSCH, M.M.K. **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. 1ª Edição. São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2011.

MELLO, A., FILHO, N., JANINE RIBEIRO, R. **Por uma universidade socialmente relevante**. In: Atos de Pesquisa em Educação – PPGE/ME FURB ISSN 1809– 0354 v. 4, nº 3, p. 292-302, set./dez. 2009

MIELKE, A.C.; GALLAS, L. Desafios à pluralidade e à diversidade no atual cenário da mídia brasileira. BANDEIRA, O. MENDES, G. PASTI, A. (Orgs.). Quem controla a mídia? Dos velhos oligopolios aos monopólios digitais. São Paulo: Veneta; Coletivo Intervezes, 2023.

MINAYO, M. (org.). **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MONTEIRO, P. O papel da Assessoria de Comunicação na divulgação da produção científica e tecnológica da Universidade Federal do Maranhão. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2017.

MONTEIRO, P; MORAIS, O. J. **A representação social do sujeito LGBTQIA+**: estudo das mídias sociais de Instituições de Ensino Superior do Maranhão In: Relações públicas internacionais e mercados emergentes.1 Ed. São Luís: EDUFMA, 2021, p. 247-257.

MONTEIRO, P; MORAIS, O. J. **Mediatização e os múltiplos “eus”**: o ser e o estar do sujeito contemporâneo em ambiências digitais. In: Flores, J. Oyarce, J. Rodríguez-Garay. G. (Orgs.). Reflexões sobre internet, tecnologia e comunicação. Jesús Flores, Jacqueline Oyarce & Gloria. 1a edição - Aveiro: Ria Editorial, 2020.

MORAES, D. O ativismo digital. Rio de Janeiro: UFF. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/moraes-denis-ativismo-digital.html>>. 2001. Acesso em 17-jan-2021.

MORESCO, M. C.; RIBEIRO, R. **O Conceito de identidade nos estudos culturais britânicos e latino-americanos**: um resgate teórico. ANIMUS: Revista Internacional de comunicação midiática. Santa Maria: UFSM, v.14, n.27, 2015.

MUMBY, D. Reflexões críticas sobre comunicação e humanização nas organizações. In: KUNSCH, M. (org.). **A comunicação como fator de humanização das organizações**. São Paulo: Summus, 2010.

NOVAES S., C; FONSECA, J. **A universidade brasileira e sua função social no percurso constitucional**. In: GONÇALVES, M.; JESUS, B. (orgs). Educação

Contemporânea - Volume 07 – Sociedade e Educação, Educação Inclusiva. Belo Horizonte—MG: Poisson, 2020.

OLIVEIRA, F. **Ciência e tecnologia na comunicação social de instituições governamentais.** Portcom, 2011. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/7dcc29531a7fa48c7e03f426d04bbc63>

OMELCZUCK, R. SOGA, D. MURAMATSU, M. **200 anos de caleidoscópio.** In: Revista Brasileira de Ensino de Física, vol. 39, no 3, 2017.

ORTIZ, R. **Universalismo e diversidade:** contradições da modernidade-mundo. São Paulo: Boitempo, 2015.

PEREIRA, M. A. **Internet e mobilização política** – os movimentos sociais na era digital. In: Anais do IV Encontro da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política. IV ENCONTRO DA COMPOLÍTICA, Rio de Janeiro, 2011.

PERUZZO, C. **Revisitando os conceitos de Comunicação Popular, Alternativa e Comunitária.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Brasília: Intercom, 2006. p.4-13.

PINTO, P. **Boas práticas de Saúde pública no Instagram:** estudo comparado entre Portugal e Brasil. No prelo.

PINTO, P. LOBO, J. ANTUNES, M. **Estratégias institucionais da Universidade de Aveiro (Portugal) em plataformas digitais durante a pandemia de COVID-19.** In: Relações públicas internacionais e mercados emergentes [on line]. Luiziane Saraiva, Orlando Gonçalves, Paulo Soares, Ricardo Freitas (organizadores). São Luís: EDUFMA, 2021.

POMPPER, Donnalyn. Practical and theoretical implications of successfully doing difference in organizations. Bingley, UK: Emerald Group Publishing Limited, 2014.

POMPPER, D. Abraçando a diversidade: trocando microagressões por microafirmações. Trad. Else Lemos. In: Comunicação, diversidades e organizações: pensamento e ação. Else Lemos e Patricia Salvatori (orgs). – 1. ed. – São Paulo: Abrapcorp, 2019.

POZOBON, R. **Comunicação, política e democracia:** novas configurações em um espaço público. In: KUNSCH, M (org.). Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania. São Caetano do Sul: Difusão, 2011

PRADO, M.; MACHADO, F. **Preconceito contra homossexualidades:** a hierarquia da invisibilidade. São Paulo: Cortez, 2008.

PRECIADO, J.P. **Manifesto contrassexual.** 2ª ed. São Paulo:n-1 edições, 2017.

RECUERO, R. **Estudando Discursos Em Mídia Social: Uma Proposta Metodológica**. In: SILVA, T et al. *Estudando Cultura e Comunicação com Mídias Sociais*. IBPAD, 2018.

RECUERO, R.; ZAGO, G.; SOARES, F. B. Mídia social e filtros-bolha nas conversações políticas no Twitter. In: *Encontro Anual da Compós*, 26, São Paulo, Compós, 2017.

REIS, T (org.). *Manual de Comunicação LGBTI+*. 2. ed. Curitiba: Aliança LGBTI+, GayLatino, 2018.

RIGITANO, M. Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. I Seminário Interno do grupo de Pesquisa em Cibercidades. Salvador: UFBA, 2003.

ROCHA, R. M. **Cultura da Visualidade e Estratégias de (In) Visibilidade**. In: 15o Encontro Anual da COMPÓS, 2006, Bauru - SP.

RODRÍGUEZ, H. O. Comunicación organizacional y reputación digital en organizaciones privadas y del tercer sector de México y España (Organizational communication and digital reputation in private organizations and the third sector in Mexico and Spain). Fonseca, Journal of Communication, 0(20), 55–70, 2020.

RUA, Maria das Graças. **Análise de Políticas Públicas: Conceitos Básicos**. 2009.

RUDIGER, F. **As redes e a armação: da cultura do narcisismo ao fetichismo**. In: Lopes, M. Kusnch, M. (org). *Comunicação, cultura e mídias sociais*. São Paulo: ECA-USP, 2016.

SAAD, E. **Comunicação organizacional contemporânea: o paradigma da digitalização**. In: PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM, [S. l.], v. 6, n. 12, 2023. DOI: 10.31657/rcp.v6i12.631. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/631>. Acesso em: 13 fev. 2023.

SADIN, E. **La silicolonización del mundo**. Argentina: Caja Negra, 2018.

SAUSSURE, F. *Escritos de Linguística Geral*. Organizado e editado por Simon Bouquet e Rudolfo Engler. Tradução de Carlos Augusto Leuba Salum e Ana Lúcia Franco. São Paulo: Cultrix, 2002.

SCHERER-WARREN, I. **Das mobilizações às redes de movimentos sociais**. Revista Sociedade e Estado. Brasília-DF, v. 21, p. 109-130, 2006.

_____. **Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información**. Revista Nueva Sociedad, Caracas, n. 196, p. 77-92, mar./abr. 2005.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. RJ: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, T. **A produção social da Identidade e da Diferença**. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. 14ª ed. RJ: Vozes, 2014.

SILVA, G.; AROUCA, M; GUIMARÃES, V. As exposições de Divulgação da Ciência. In: MASSARANI, L.; MOREIRA, I.; BRITO, F. (Orgs). *Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002. p. 155-163.

SILVEIRA, D.; CÓRDOVA, F. **A pesquisa científica**. In: Gerhardt, T.; e Silveira, D. (orgs). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

STASIAK, D. BARICHELO, E. *Midiatização, identidades e cultura na contemporaneidade*. Revista Contemporânea, 9, 107-117, 2007.

SODRÉ, M. **Eticidade, campo comunicacional e midiatização**. In: MORAES, Dênis (org). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 19-31, 2006.

SUE, Derald Wing *Microaggressions and marginality: manifestation, dynamics, and impact*. Penn State University, State College, PA, 16 set. 2014

SOUSA SANTOS, B. **Pela mão de Alice: o social e político na pós-modernidade**. 4. ed. São Paulo, Cortez, 2014.

_____. **A Universidade no Século XXI: para uma reforma democrática e emancipatória da Universidade**. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. **Modernidade, identidade e a cultura de fronteira**. In: _____. *Pela mão de Alice. o social e o político na pós-modernidade*. São Paulo: Cortez, 2000.

TAVARES, W.; PAULA, A. P. P. Movimentos sociais em redes sociais virtuais: possibilidades de organização de ações coletivas no ciberespaço. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, v. 4, n. 1, p. 209-230, jan./mar. 2015.

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

TREVISAN, J. S. **Devassos no paraíso**. 4ªed., rev, atual. e amp. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

TURANCI, E.; SIRZAD, N. The Use of New Media Applications in Corporate Social Responsibility: Vodafone “#BuMamaBenden” Case Study. In E. Esiyok (Ed.), *Handbook of Research on New Media Applications in Public Relations and Advertising* (pp. 274–291). IGI Global, 2021.

VERON, E. **Teoria da midiaticização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências**. In: *Matrizes*: V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014.

VILELLA, M. Ativismo digital: um estudo sobre blogs ativistas. Dissertação de Mestrado. Brasília: UnB, 2012.

VAN DIJCK, J. Governando sociedades digitais: plataformas privadas, valores públicos. PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM, [S. l.], v. 6, n. 12, 2023. Disponível em: <https://fapcom.edu.br/revista/index.php/revista-paulus/article/view/632>. Acesso em: 13 fev. 2023.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. The platform society: Public values in a connective world. Oxford University Press, 2018.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais. 14ª ed. RJ: Vozes, 2014.

ZEMOR, P. La **Communication publique**. Que sais-je? Tradução resumida de Elizabete Brandão. Paris: PUF, 1995.

ZÉMOR, P. **Como anda a comunicação pública?** Revista do Serviço Público, [S. l.], v. 60, n. 2, p. p. 189-195, 2014. Disponível em: <https://revista.enap.gov.br/index.php/RSP/article/view/21>. Acesso em: 29 fev. 2021.