Modalidade do Trabalho - Resumo Expandido

**REPRESENTATIVIDADE DIGITAL:**

**Mês do Orgulho LGBTQIA+**

***Bete, Vitória Fernanda.1; Oliveira, Breno Silva de.2***

1 Graduando em Administração Pública pela Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, e-mail: vitoria.bete@unesp.br

2 Graduando em Administração Pública pela Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, e-mail: breno.oliveira@unesp.br

**INTRODUÇÃO**

A comunidade LGBTQIA+ é muito diversa, composta por grupos de pessoas que se reconhecem como lésbicas, gays, bissexuais, transexuais (pessoas que não se identificam com o gênero que a elas foi socialmente designado no nascimento), não binários (pessoas que não se identificam com a binaridade masculino-feminino), pessoas intersexo (que têm um desenvolvimento sexual corporal que não se encaixa na binaridade masculino-feminino, seja por hormônios, cromossomos ou outras características biológicas), assexuais e ainda engloba outras possibilidades de orientação sexual e identidade ou expressão de gênero.

O debate em torno das causas defendidas pela comunidade LGBTQIA+ cresce cada vez mais no Brasil e, apesar de algumas conquistas de espaço como o direito à união estável homoafetiva, direito a adoção e o direito a alteração do nome e da classificação de gênero no documento de identificação, a visibilidade para os fenômenos desse grupo ainda enfrenta dificuldades de se firmar, sendo um exemplo deste fato a falta de uma estimativa certificada do tamanho da população LGBTQIA+ no Brasil, uma vez que o censo realizado pelo IBGE não contempla perguntas relativas à orientação sexual, à identidade ou expressão de gênero nas suas coletas domiciliares para incorporação estatística, o que inviabiliza a obtenção de dados importantes para uma melhor compreensão da realidade dessa comunidade.

Outras problemáticas marcam presença no quadro social que configuram os LGBTQIA+, como a homo transfobia estrutural, visível nos casos de aversão, constrangimento e violência direcionados à essa comunidade, quadro que reflete negativamente na saúde e segurança pública, agravando a demanda por políticas públicas de reparação e conscientização. O último “Atlas da Violência" de 2020, relatório elaborado pelo IPEA em parceria com o Fórum Brasileiro de Segurança Pública, baseou-se no Disque 100, canal que recebe denúncias de violações de direitos humanos relacionadas a grupos sociais fragilizados, relatou 1.685 denúncias de violência contra pessoas LGBTQIA+ em 2018, acusando pouca melhora em relação aos anos anteriores (IPEA, 2020). Também, de acordo com relatório oficial do Grupo Gay da Bahia (GGB), em 2019 no país 329 LGBTQIA+ tiveram mortes violentas, sendo 297 homicídios e 32 suicídios, o que corresponde a uma morte a cada 26 horas por homo transfobia no Brasil (GGB, 2020).

Considerando informações sobre a homofobia existente entre os brasileiros e a questão da violência no país, que a demanda para propagação de uma maior representatividade e conhecimento sobre a comunidade relatada surge. Diante deste cenário, então, o grupo pautado no tripé universitário de ensino, pesquisa e extensão, que visa garantir aos alunos da graduação oportunidades de vivenciar experiências não presentes nas estruturas curriculares, complementando a formação acadêmica, tanto para integração no mercado profissional quanto para o desenvolvimento de estudos em programas de pós-graduação, além de propiciar a satisfação da função social da Universidade Pública, desenvolveu a atividade “MÊS DO ORGULHO LGBTQIA+” com o intuito de incentivar e dar visibilidade às pautas do campo LGTQIA+, por meio da criação de dois quadros em suas redes sociais, o “Campo LGBTQIA+ em foco: estudiosos referências” e “Mês do Orgulho: indicações”.

**OBJETIVOS**

Como objetivo geral teve-se a proposta de trazer a disseminação da informação da cultura LGBTQIA+ para as pessoas que acessassem o Facebook e o perfil do Instagram do grupo que realizou a atividade. Quanto aos objetivos específicos, estes consistiram em: trazer um pouco da história do movimento LGBTQIA+ no Brasil e, também sobre o seu símbolo representativo; divulgar as obras audiovisuais e livros referentes a essa temática; estimular a tolerância e o respeito; identificar estudiosos da área; e, ampliar o conhecimento das pessoas sobre alguns materiais elaborados por esta comunidade.

**MATERIAIS E MÉTODOS**

Dentro da composição do grupo e a estrutura para desenvolvimento de projetos, tem-se uma comissão de marketing que tem, entre suas funções, o planejamento, a execução e o monitoramento/controle das ações voltadas à identidade, divulgação e comunicação. A comissão propõe e implementa os recursos visuais relacionados aos projetos desenvolvidos pelo grupo, gerencia as redes sociais e incentiva a interação do grupo com o público externo por meio de fotos, vídeos, *stories* e textos.

Na atividade “MÊS DO ORGULHO LGBTQIA+", a comissão ficou responsável, portanto, pela elaboração das artes relativas à atividade, postadas nas redes sociais do grupo, e pelo contato com os demais integrantes que tivessem interesse em participar. Os interessados deveriam então, enviar uma breve síntese da sua indicação de um filme, série, livro ou outro e a explicação do porquê indicavam tais materiais. Com o material em mãos, o eixo do marketing alocava a postagem em seu calendário para que fosse postada durante o mês de junho, que é o mês do orgulho LGBT. Vale ressaltar que os integrantes foram os escolhidos para realizarem as indicações, visto que a atividade era algo interno ao grupo e deveria ser externalizada para toda a comunidade.

Nesse sentido, foram iniciados dois quadros nas redes sociais intitulados “Campo LGBTQIA+ em foco: estudiosos referências” e “Mês do orgulho: indicações”. O primeiro consistia na divulgação de alguns estudiosos referência do campo, que estudam a temática LGBTQIA+ e o segundo, na indicação de filmes, séries e livros com a mesma temática.

As métricas utilizadas para monitoramento e avaliação foram: 1) engajamento relacionado à participação do público em uma determinada publicação, elaborado a partir do do número de *likes* ou reações, comentários e compartilhamentos; 2) alcance está voltado à disseminação do conteúdo e pode ser medida pelo número de seguidores, *hashtags,* postagens salvas e marcações; e 3) sentimento avaliado como positivo, negativo, neutro e mixed.

**RESULTADOS E DISCUSSÕES**

As publicações das artes ocorreram nos dias: 22, 24, 25, 26, 28 e 30 de Junho e 02 e 04 de Julho e foram as seguintes: Mês do orgulho: indicações Tr4v4d4 - evento com o objetivo de criar um espaço para valorizar as pessoas transsexuais pretas, e Casixtranha - coletivo multi artístico e político que tem como foco a cultura Ballroom e a dança Vogue; Hoje eu quero voltar sozinho (filme), Call me by your name (filme), Moonlight: sob a luz do luar (filme), Love, Simon (filme), Love, Victor (série) e Aristóteles e Dante descobrem o segredo universo (livro); Campo LGBTQIA+ em foco: estudiosos referências, como: Me. Aida Carneiro Barbosa Rodrigues, Professora Dra. Luma Nogueira de Andrade, Professora Dra. Megg Rayara Gomes de Oliveira, Professor Dr. Renan Honório Quinalha, Professora Dra. Maria de Nazaré Tavares Zenaide e o Professor Dr. Luiz Mello de Almeida Neto. Por fim, também foram publicadas informações sobre o significado do Arco-Íris: Símbolo do Movimento e A História da Luta LGBTQIA+ no Brasil.

Considerando o público de um pouco mais de 1.300 seguidores no Instagram e 2.000 curtidas na página do Facebook, obteve-se como resultados, de acordo com as métricas:

**Engajamento:** No Facebook foram mais de 260 de engajamento com as postagens, no Instagram foram mais de 2.600 impressões. Além disso, no próprio Instagram se obteve 392 curtidas e 60 comentários.

**Alcance:** No Facebook foram totalizadas aproximadamente 2.486 pessoas alcançadas, já no Instagram, rede de maior ascensão social, obteve-se um total de, aproximadamente, 2.102 pessoas alcançadas, ou seja, quase o dobro dos seguidores. E ainda, os *posts* foram salvos 38 vezes, o que causa ainda mais alcance, uma vez que a rede social entende que são publicações importantes.

**Sentimento:** No que diz respeito ao sentimento, o público alcançado teve ótimas reações quanto às postagens feitas, foram mais de 60 comentários, e todos foram positivos, elogiando o conteúdo, como por exemplo: “Muito bom!”; “post essencial” e “ótimas indicações”.

Além disso, no que diz respeito aos resultados referentes para o desenvolvimento interno do grupo, foi a partir dessa atividade realizada e seus resultados externos como mostrado acima, que foi criado um comitê da diversidade que visa exatamente buscar pessoas que representam essa comunidade, e outras, como pessoas com deficiência, pretas, mulheres, indígenas etc., para que possam ter seu espaço de fala e de fato mostrar sua representatividade nos eventos e projetos realizados pelo grupo.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em síntese, a atividade “MÊS DO ORGULHO LGBTQIA+” atingiu parcela significativa de visualizações, impactando positivamente na disseminação de conteúdos relevantes que abrangem informações pertinentes à cultura da comunidade LGBTQIA+, exaltando obras da temática durante o mês internacional de visibilidade da mesma.

Tal ação corrobora para conscientização, dentro e fora do meio universitário, por meio da abordagem de questões que afetam o segmento social central da atividade, alertando o público para problemas como o preconceito, violência e homofobia, que ainda persistem no país. Assim, desempenhou uma postura ativa e transformadora deste cenário social, no sentido de alcançar maior consciência coletiva e entendimento das causas LGBTQIA+.

Por fim, as reflexões acerca da produção cultural e da situação sociopolítica da comunidade LGBTQIA+, proporcionadas durante o desenvolvimento da atividade e pela análise dos resultados desta, indicaram uma defasagem popular sobre o conhecimento dos conceitos comuns à comunidade, como “identidade de gênero” e “orientação sexual”. Este fato demonstra uma forte demanda por mais atividades didáticas como a proposta pelo grupo PET Administração Pública, que deem acesso a esses conhecimentos e fomentem a discussão das causas LGBTQIA+ em âmbito aberto.

**REFERÊNCIAS**

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Atlas da Violência.** Brasília, 2020. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/atlasviolencia/download/24/atlas-da-violencia-2020>. Acesso em: 24 mar. 2021.

RELATÓRIOS ANUAIS DE MORTES LGBTI+. **Grupo Gay da Bahia,** 2020. Disponível em: <https://grupogaydabahia.com.br/relatorios-anuais-de-morte-de-lgbti/>. Acesso em: 24 mar. 2021.

‌

‌