

De que diversidade falam as universidades públicas maranhenses? Um estudo sobre o discurso institucional em mídias sociais¹

Pablo Ricardo MONTEIRO DIAS²

Lucília Torres de VASCONCELOS³

Universidade Federal do Maranhão - UFMA, São Luís, MA

Resumo

Este estudo analisa como a diversidade aparece no discurso institucional das redes sociais das Instituições de Ensino Superior (IES) públicas maranhenses, com foco nos perfis de Instagram da UFMA e da UEMA. A pesquisa investiga como essas universidades mobilizam discursivamente a pauta da diversidade em seus canais digitais. O trabalho fundamenta-se em referenciais dos estudos de gênero, da comunicação e da análise do discurso, com base em Butler (2020), Foucault (2012), Hall (2004) e Fairclough (2002). Metodologicamente, adota abordagem qualitativa de caráter descritivo-analítico (Minayo, 2001; Gil, 2002), utilizando Análise de Conteúdo (Bardin, 2016) e Análise Crítica do Discurso. Os resultados mostram que a diversidade aparece de forma limitada e associada a datas comemorativas e campanhas pontuais. Evidencia-se a urgência de uma comunicação institucional estratégica que informe, eduque e mobilize, consolidando a diversidade como pilar estruturante da função social e do discurso das universidades.

Palavras-chave

Diversidade; Comunicação institucional; Universidades públicas; Instagram.

Introdução

Considerando o papel social inclusivo das universidades públicas na promoção da cidadania, este estudo busca analisar como essas instituições articulam a pauta da diversidade em suas mídias sociais, sobretudo no Instagram. Isto porque, entende-se que estas mídias se consolidaram como espaços estratégicos de produção e circulação de sentidos, onde as IES constroem suas narrativas, definem prioridades de debate e decidem quais temas ganharão visibilidade pública.

A investigação se apoia em um referencial teórico dos estudos de gênero, da Comunicação e da Análise do Discurso, dialogando com pensadores como Judith Butler (2020), Michel Foucault (2012), Stuart Hall (2004) e Norman Fairclough (2002). Tais abordagens fornecem o debate necessário para compreender como os discursos institucionais moldam identidades, geram visibilidade e mantêm normatividades sociais.

¹Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Comunicação Digital, Tecnologias, Dados e IA, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas..

² Doutor em Mídia e Tecnologia (UNESP). Professor Permanente dos Programas PPGCOMPRO e PROFIAP - UFMA. Docente do Curso de Relações Públicas da UFMA. E-mail: pablo.monteiro@ufma.br

³ Graduanda de Relações Públicas pela Universidade Federal do Maranhão. Email: lucilia.torres@discente.ufma.br.

Dada a responsabilidade das universidades em agendar debates cidadãos e promover a inclusão, esta investigação, ao analisar a mobilização discursiva sobre diversidade nos perfis institucionais de Instagram, busca oferecer uma reflexão crítica sobre como o silenciamento ou a superficialidade comunicacional podem atuar como mecanismos de exclusão. Sinaliza-se a urgência de uma revisão nas práticas comunicacionais para que a diversidade se consolide como um eixo estruturante da narrativa institucional.

2. Por que e de que diversidade estamos falando?

As universidades públicas brasileiras enfrentam hoje um desafio que vai além da sala de aula: elas precisam ser protagonistas na solução de problemas sociais urgentes, combatendo as raízes da exclusão (Mello; Filho; Ribeiro, 2009). Entende-se que, por dever inerente à sua natureza e função social, elas devem assumir protagonismo no agendamento do debate público, principalmente na mobilização de pautas cidadãs, que contribuam para a construção, efetivação e visibilidade de políticas e estratégias de enfrentamento e combate aos contextos de violência e negação de direitos de grupos historicamente minorizados.

Monteiro (2023) afirma parecer, muitas vezes, um descompasso entre os debates atuais e a atuação das universidades: formam profissionais tecnicamente preparados para o mercado de trabalho, mas se esquecem da formação humana necessária para lidar com as diferenças e as interseccionalidades dos diversos sujeitos e as interseccionalidades que o constituem.

Nesse cenário, com a exponencial midiaticização da sociedade, as universidades têm o poder de usar seus discursos, sobretudo em ambiências digitais, para ampliar debates e (re)construir identidades (Monteiro, 2021; Hall, 2004). Com o avanço das mídias sociais, essa responsabilidade cresce, uma vez que estas redes deixam de ser apenas ferramentas e passam a ser agentes capazes de moldar quem somos e pautar a opinião pública, filtrando e (in)visibilizando conteúdos, causas e vozes, (Monteiro 2023, Recuero, 2018; Jekings, 2009).

Ortiz (2015) argumenta que, embora a diversidade tenha se tornado um tema comum nas organizações, muitas delas se apropriam do termo sem realmente entender a profundidade dos sentidos que o constroem. Para o autor, falta uma compreensão real sobre como esses discursos são estruturados, o que torna urgente a tarefa de desmistificar o conceito para que ele não seja apenas uma palavra vazia, mas uma prática com significado no dia a dia das universidades públicas maranhenses. Aqui, entende-se a diversidade por sua perspectiva interseccional de identidade social (Pompper, 2014; 2019).

Ressalte-se, por fim, que embora o ambiente universitário seja plural, há, certamente, forte jogo de relações de poder que levam a dicotomias e assimetrias impeditivas à efetivação de uma universidade democrática (Monteiro, 2023).

3. Metodologia

O estudo adota uma abordagem qualitativa, com caráter descritivo-analítico, seguindo as propostas de Minayo (2001) e Gil (2002). O *corpus* do estudo é composto por 1606 postagens publicadas nos perfis institucionais de Instagram da UFMA e da UEMA, complementadas por documentos institucionais relevantes (como planos de desenvolvimento, estatutos e regimentos). As postagens analisadas cobrem o período de outubro de 2024 a maio de 2025, a coleta de dados foi realizada a partir do Instabro e, após categorização, trabalhada de forma manual, organizando as informações em planilhas dentro do Excel.

A análise dos dados foi feita através de uma combinação da Análise de Conteúdo, conforme o método de Bardin (2016), e a perspectiva da Análise Crítica do Discurso de Fairclough (2002). Essa metodologia mista é proposital, permitindo-nos examinar tanto a frequência das postagens (o "quanto") quanto os sentidos profundos presentes na comunicação institucional (o "como"). As contribuições de Foucault (2012) e Butler (2020) também são consideradas para entender como os discursos institucionais participam ativamente na produção de identidades, na construção de visibilidade e na regulação social.

4. Sobre que diversidade falam as universidades públicas em suas mídias sociais?

A análise dos dados evidencia uma predominância recorrente: a temática diversidade é abordada de forma reduzida e intermitente nas mídias sociais das universidades estudadas. A maioria das publicações sobre o tema está diretamente ligada a datas comemorativas ou a campanhas institucionais específicas, sugerindo uma abordagem episódica e com pouca continuidade. A utilização de *hashtags* como #SempreMaisDiversidade, #VisibilidadeTrans, #EquidadeDeGênero e #RespeitoÉPilar, embora importantes, reforça o caráter institucional de recuperação de informação, e até pontual, das postagens.

Os dados quantitativos corroboram essa percepção ao revelar a baixa incidência do tema no total de publicações. Na UFMA, apenas 0,3% das 757 postagens analisadas abordam a diversidade; na UEMA, o percentual é de 0,4% entre 849 publicações. Esses números são um forte indicativo de que o tema ocupa uma posição marginal nas estratégias de comunicação digital dessas instituições. Como bem aponta Bardin (2011), a repetição temática é um

indicador de prioridades institucionais; a baixa frequência observada permite inferir que a diversidade não é um eixo central nas práticas comunicacionais em questão. Nesse sentido, pode-se comprovar empiricamente o que Ortiz (2015) chama de apropriação de termos sem profundidade. Ele alerta que, na comunicação institucional, a diversidade corre o risco de virar apenas uma *commodity* discursiva.

Outro ponto de atenção é o formato e o conteúdo dessas publicações. Predominam *posts* estáticos, com pouca variedade de formato e uma elaboração textual simplificada. Não foram identificadas campanhas estruturadas ou sequências temáticas que aprofundassem o debate de maneira consistente. Temas como diversidade étnico-racial, acessibilidade, saúde menstrual e identidade de gênero aparecem de forma esporádica e fragmentada, sem a continuidade e profundidade necessárias, o que naturalmente limita o potencial educativo da comunicação institucional. Confirma-se, portanto, a limitação do foco narrativo e uma consequente invisibilidade da temática, já salientada por Monteiro (2023).

Tomando-se as perspectivas de Butler (2020) e Foucault (2012), compreende-se que a ausência ou o tratamento superficial do discurso institucional sobre diversidade pode, paradoxalmente, atuar como um mecanismo sutil de produção de invisibilidades e de reforço de normatividades estabelecidas. Ao demarcar a presença do tema a momentos específicos do calendário, a comunicação das universidades tende a replicar práticas discursivas protocolares, sem processos educomunicativos, por exemplo.

Os resultados também sugerem uma possível desconexão entre as políticas internas de diversidade das instituições e sua representação nas plataformas digitais. A quase invisibilidade numérica da diversidade é indicativo do que Foucault (2012) define como as interdições do discurso: ao não falar, a instituição delimita, seleciona e organiza o que é considerado 'digno' de ocupar espaço oficial, favorecendo a manutenção das estruturas vigentes. Embora existam documentos institucionais que preconizam a promoção da diversidade, a baixa frequência de publicações sobre o tema nas redes sociais diminui a visibilidade dessas políticas e reduz seu impacto simbólico junto ao público.

Considerações Finais

A diversidade emerge no discurso institucional das mídias sociais das IES analisadas de maneira restrita, fragmentada e majoritariamente associada a um calendário de datas comemorativas. A comunicação digital dessas instituições demonstra pouca continuidade

temática e pouca profundidade na abordagem do assunto, sinalizando a urgência de uma revisão estratégica nas práticas comunicacionais adotadas. O desafio central da comunicação, especialmente nas instituições maranhenses, é desmistificar o conceito de diversidade que guia as ações institucionais, impedindo que ele seja apenas uma temática vazia apropriada pelas organizações e transformando-o em um discurso com sentido e práticas reais.

Sob a ótica da Comunicação, a recorrência a datas pontuais sugere uma 'performatividade comunicativa institucional' que, embora cite a diversidade, o faz de modo protocolar. Assim, este estudo alerta para o risco de uma comunicação episódica, sem estruturação educomunicativa da narrativa organizacional. Fornece, ainda, subsídios para que a comunicação das IES seja repensada como uma estratégia educativa e política, essencial para o fortalecimento da democracia e para a promoção de um espaço público plural e inclusivo.

Assim, entendemos ser necessário que as IES repensem suas estratégias e se posicionem ante às crescentes manifestações de ódio, potencializadas por mídias sociais e processos de desinformação. Ao desconsiderar este papel/função social, e não tomar para si a frente deste debate e a inclusão da diversidade como elemento estruturante, as IES podem gerar mais exclusão ainda e ir de encontro ao cumprimento de sua missão.

Referências

- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BUTLER, Judith. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2020.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora UnB, 2002.
- FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2012.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- 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
- MONTEIRO, P. *A invisibilidade do sujeito LGBTI+ nas estratégias discursivas de universidades públicas maranhenses: identidades e representações em perfis de mídias sociais*. Tese de Doutorado. São Paulo: UNESP, 2023.
- ORTIZ, R. *Universalismo e diversidade: contradições da modernidade-mundo*. São Paulo: Boitempo, 2015.
- 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.