



A INCIDÊNCIA DO TERMO GÊNERO NAS PUBLICAÇÕES OFICIAIS DAS UNIVERSIDADES FEDERAIS DO NORDESTE BRASILEIRO: um estudo no Twitter

Matheus Arruda¹
Fábio Mascarenhas e Silva¹
Anna Raquel de Lemos Viana¹

Resumo: A partir dessa popularização do termo gênero, surgem diversos movimentos ligados à ideologias partidárias, que podem acolher ou rejeitar seu significado. As redes sociais digitais desempenham o papel de principal fonte de informação e plataforma de disseminação e utilização da informação, em âmbito individual ou institucional. Os resultados mostram que as Universidades que caracterizaram o universo desta pesquisa, não adotaram as ferramentas de silenciamento identitário-sociológico-político, uma vez que há um número considerável de incidências do termo gênero.

Palavras-Chave: Gênero. Twitter. Universidades Federais. Nordeste Brasileiro.

1 INTRODUÇÃO

Os debates e reflexões acerca das relações de gênero e as influências sociais e culturais aferidas sobre sua construção tem sido abordado atualmente de forma ampla, extrapolando espaços além dos movimentos sociais, como tópico de discussão em diversas áreas do conhecimento, mídias sociais e meios de comunicação. Alinhados às abordagens de diversas linhas teóricas feministas, essas novas discussões se situam a partir de suas obras e da insurgência dos movimentos sociais.

A partir dessa popularização do termo gênero, surgem diversos movimentos ligados às ideologias partidárias, que podem acolher ou rejeitar seu significado. Há no Brasil um processo de desqualificação dos estudos de gênero, alinhado às políticas de extrema direita que recorre ao constante uso da desinformação, buscando apresentá-lo como uma *ideologia perigosa* (REIS, EGGERT, 2017).

¹ Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Nesse contexto, as redes sociais digitais são protagonistas enquanto fonte de informação e plataforma de disseminação e utilização de conteúdos. Entendemos que ao estarmos inseridos em um modelo social centrado na informação, buscamos maneiras de nos comunicarmos e interagir conhecimentos (PALLIS; ZEINALIPOUR-YAZTI; DIKAIAKOS, 2011). As mídias sociais, em conjunto com as tecnologias, proporcionam fácil acesso para suprimos essas necessidades.

Percebemos que as facilidades oferecidas pelas redes sociais digitais foram apropriadas, tanto em âmbito individual quanto institucional, para comunicação direta e troca de informações com outros atores também inseridos nesses contextos. Ao tentarmos entender como essas comunicações estão ocorrendo, conseguimos identificar as abordagens utilizadas e discutir as dinâmicas que estão sendo postas nessa comunicação.

Considerando as problemáticas sócio-políticas supracitadas acerca da utilização do termo gênero há no campo da Ciência da Informação (CI) um crescente interesse pelo tema, especificamente para justificar uma não-neutralidade da área sobre esse tema e na diversificação de abordagens interdisciplinares (BUFREM, 2012).

Em busca de diálogos com os estudos de gênero, este trabalho teve como objetivo analisar o uso do termo gênero nas publicações oficiais no *Twitter* por parte das universidades federais da região nordeste do Brasil. Buscou-se entender as relações criadas pelo termo, para compreender o contexto de sua utilização e apropriação.

2 METODOLOGIA

Como campo empírico desta pesquisa, o *Twitter*, criado em 2006, em São Francisco por Jack Dorsey e Williams e Biz Stone, em nome da empresa Obvious. A rede social é caracterizada como um *microblog* que permite aos usuários enviar ou receber atualizações com mensagens curtas, inspirada no padrão de agilidade do Serviço de Mensagens Curtas (SMS), permitido inicialmente 140 caracteres, mas em novembro de 2017, após atualização, passa-se a permitir 280 caracteres.

De acordo com dados atualizados do *Twitter*, há 1.3 bilhão de contas no *Twitter*, com 335 milhões de usuários ativos por mês. No Brasil o número de contas ativas são 19.05 milhões de usuários, entre os quais, 70.4% de todos os usuários do *Twitter* eram homens, enquanto 29.6% eram mulheres, que consistem em usuários com idade entre 25 e 34 anos. Eles representavam 38.5% da base global de usuários do *Twitter*.

A escolha justifica-se pela característica da rede social como uma ferramenta simplificada de comunicação e mobilidade (BARNES, BÖHRINGER, 2011), permitindo assim, ter um cenário da disseminação e utilização da informação no contexto das universidades federais do nordeste brasileiro.

Nesse cenário, métricas de análise de práticas online se fazem necessárias, por isso, neste estudo, optou-se por o método de altimetria, pois torna possível medir e avaliar o impacto, considerando a velocidade de comunicação e o uso das tecnologias. (GROTH; PRIEM; TARABORELLI, 2012)

Foram mapeados os perfis institucionais de nove universidades federais localizadas nas capitais dos estados do nordeste. Desta forma o universo de pesquisa se constituiu a partir das publicações na plataforma *Twitter* da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Universidade Federal de Piauí (UFPI), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade Federal de Sergipe (UFS), Universidade Federal de Alagoas (UFAL), Universidade Federal do Ceará (UFC) e Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

As publicações foram coletadas utilizando linguagem de programação, pelo módulo *Python*, exportadas em *.json* e convertidas posteriormente em *.csv*. Para coleta, o único filtro de delimitação utilizado foi a obrigatoriedade de conter o termo *gênero* ou *genero* ou *gender* ou *g?nero*, dos perfis das instituições supracitadas. Não houve delimitação quanto ao intervalo de tempo das publicações, visto que pretende-se analisar a incidência da utilização de um termo específico, então optou-se por recuperar as publicações datando da criação de cada perfil institucional até 9 de novembro de 2021 (data da coleta dos dados).

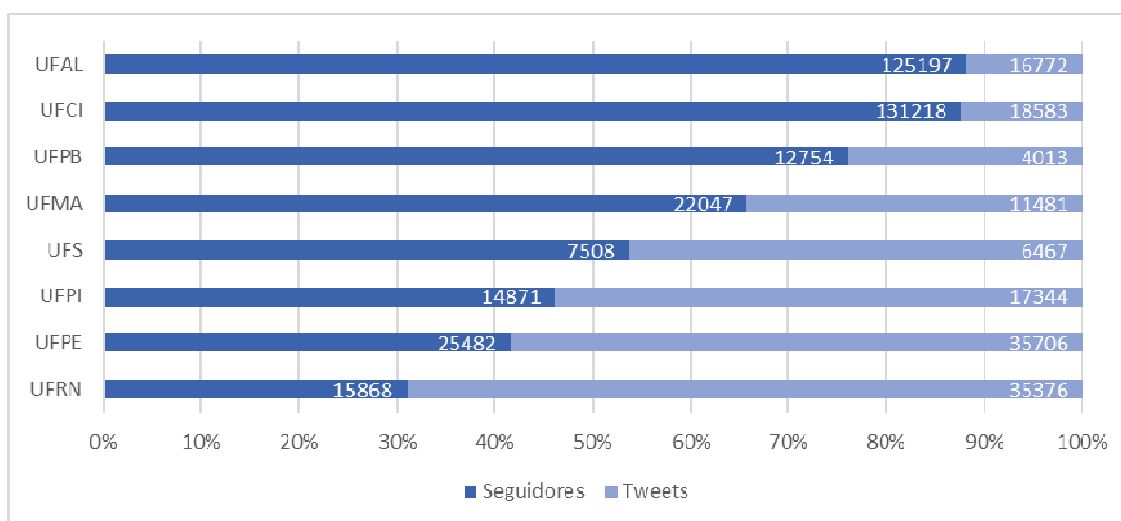
A partir da aplicação desses critérios, não houve publicação da UFBA, logo a mencionada universidade excluída da população. De 145.893 publicações veiculadas nos perfis, foram recuperadas apenas 160 publicações relacionadas ao filtro de busca, que correspondem a 0,10% do total de publicações. As publicações recuperadas foram organizadas em planilha, a partir do arquivo em formato CSV, com os campos de filtro: URL, Data, Ano, Conteúdo, *Username*, *Displayname*, Descrição do perfil, *Followers*, Perfis seguidos, Total de *tweets* do perfil, *Replies*, *Retweets*, *Likes*, *Quotes* e *Hashtags*.

3 RESULTADOS

Os perfis institucionais no *Twitter* foram criados, em sua maioria, entre março e outubro de 2009 (com exceção do perfil da UFPB, criado em abril de 2011). Desde sua criação, os perfis com maior destaque quantitativo de publicações são o da UFPE, com 35.706 *tweets* e o da UFRN, com 35.376 *tweets*. O perfil da UFPB, por conta da criação um pouco mais recente (2011) totalizou 4.013 *tweets*, seguido pelo da UFBA, em último lugar, com apenas 151 *tweets*. A última publicação deste perfil se deu em 2012 e segue sem atualização desde então, enquanto as outras instituições se apropriam do *Twitter* como uma plataforma importante de comunicação institucional.

O Gráfico 1 apresenta a relação entre o quantitativo de publicações e o quantitativo de seguidores de cada perfil das instituições mapeadas. Percebe-se, que não é possível inferir se há algum vínculo entre as variáveis, ou seja, se existe uma correlação entre o total de *tweets* e quantitativo de seguidores dos perfis. EM princípio as relações com maior proporcionalidade estariam com a UFAL e UFCI, enquanto as menores com a UFRN e UFPE.

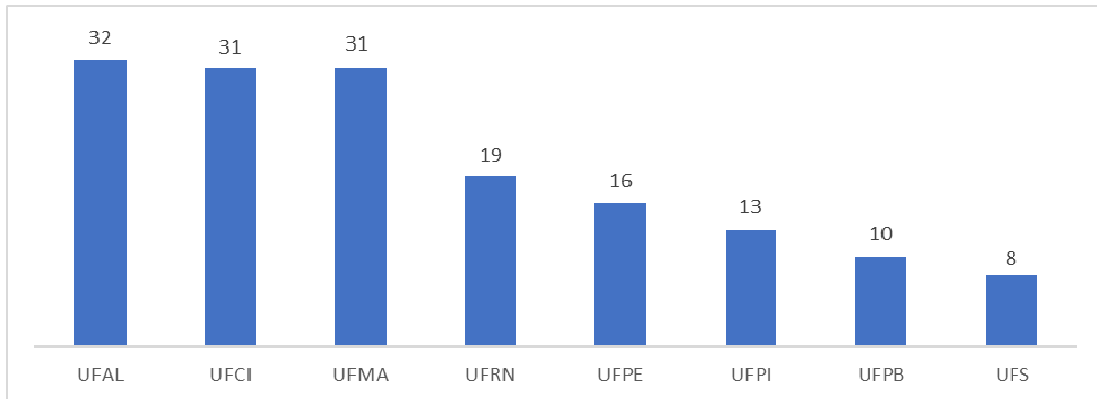
Gráfico 1 - Relação entre publicações e seguidores



Fonte: Dados de pesquisa (2021).

A respeito da incidência do termo gênero e suas variáveis nestes perfis institucionais, foram recuperadas 160 incidências. Organizando esses dados para visualização de quantitativo de publicações por perfil institucional mapeado (Gráfico 2), percebe-se que a UFAL (32), UFC (31) e UFMA (31) se destacam na utilização dos termos, caracterizando-se em 58% da amostra de pesquisa, enquanto o perfil da UFBA não demonstrou ocorrências.

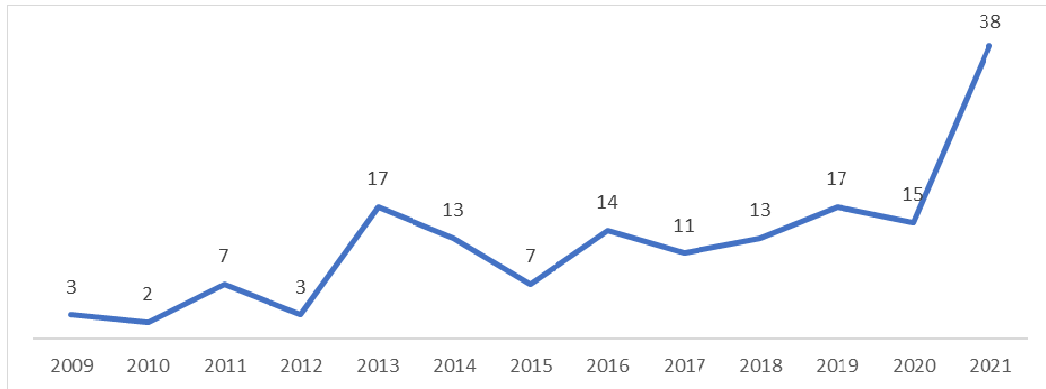
Gráfico 2 - *Tweets* por instituição



Fonte: Dados de pesquisa (2021).

A soma de publicações de todos os perfis totalizaram 145.893 *tweets*, e, a delimitar por aquelas publicações as quais constavam o do termo *gênero* (e suas variáveis), foram identificados 160 *tweets*. Percebe-se nessas publicações um crescimento de interesse e incidência do termo (Gráfico 3).

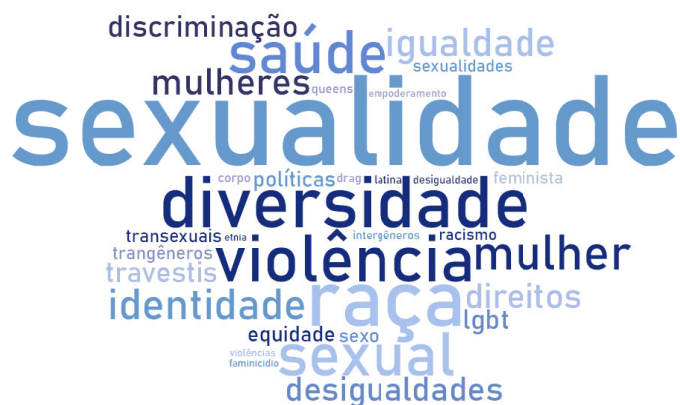
Gráfico 3 - Incidência por ano



Fonte: Dados de pesquisa (2021).

Para entender melhor o contexto de utilização do termo, criou-se uma nuvem de palavras (Imagem 1) com o conteúdo das publicações dos *tweets* recuperados, que possibilitou uma melhor visualização da apropriação e utilização do termo pelas universidades federais.

Figura 1 - Nuvem de palavras



Fonte: Dados de pesquisa (2021).

A Figura 1 evidencia as associações entre o termo *gênero* com as abordagens relacionadas à sexualidade, política, discriminação, diversidade, identidade, violência, raça, direitos, saúde, LGBT, mulheres, empoderamento, entre outros. Percebe-se, então, uma maior aproximação do termo gênero com os seguintes tópicos: sexualidade, diversidade, violência e raça.

Viana *et al.* (2022) identificam que existe um não uso deliberado do termo gênero nas publicações oficiais do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos no *Twitter*. Ou seja, existe um movimento, ainda não estudado em um âmbito maior, que vai de encontro com a *demonização*, cunhada por Reis e Eggert (2017). da utilização e da carga política aferida ao termo *gênero* em âmbitos institucionais/governamentais.

Em contraponto, entende-se também que as Universidades que caracterizaram o universo desta pesquisa, não adotaram estas ferramentas de silenciamento *identitário-sociológico-político*, dado que há um número considerável de incidências do termo. Essa incidência possibilita entender que existe um processo de afirmação e potencialização desses termos que estão sendo utilizados em contextos ligados à violência, sexualidade, diversidade, desigualdade, saúde, dentre outros, de forma interseccional.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considera-se que este trabalho alcançou o seu propósito, visto que, a partir dos dados recuperados no *Twitter*, foi possível entender, ainda que preliminarmente, a dinâmica da comunicação e relações do termo gênero pelas universidades. Em relação à continuidade do estudo, enseja-se contemplar o viés dos conteúdos das postagens para um maior aprofundamento de contextualização dos fatos, bem como espera-se ampliar o escopo da pesquisa contemplando todas as universidades federais brasileiras.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE) e Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

REFERÊNCIAS

- BARNES, S. J.; BÖHRINGER, M. Modeling use continuance behavior in microblogging services: the case of Twitter. **Journal of Computer Information Systems**, Philadelphia, v. 51, n. 4, p. 1-10, 2011.
- BUFREM, L.; DO NASCIMENTO, B. S. A questão do gênero na literatura em Ciência da Informação. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 18, n. 3, p. 199-214, 2012.
- GROTH, P.; PRIEM, J.; TARABORELLI, D. The altmetrics collection. **PloS One**, San Francisco, v. 7, n. 11, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0048753>. Acesso em: 20 fev. 2022.
- PALLIS, G.; ZEINALIPOUR-YAZTI, D.; DIKAIKOS, M. D. Online social networks: status and trends. **New Directions in Web Data Management**, Berlin, Alemanha, v. 1, n. 331, p. 213–234., Ago. 2011.
- REIS, T.; EGGERT, E. Ideologia de gênero: uma falácia construída sobre os planos de educação brasileiros. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 38, p. 09-26, 2017.
- VIANA, A. R. de L.; PRESSER, N. H. ; ARRUDA, A. M. A.; LIMA, P. R. S. Transparência ativa em tempos de Covid-19: a atuação do ministério da mulher, da família e dos direitos humanos no combate à violência de gênero. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 27, n. 1, p. 1-21, 2022. DOI: 10.5007/1518-2924.2022.e83200. Disponível em: <https://bit.ly/3JRJUmf>. Acesso em: 31 jan. 2022.