



**Escola Superior  
de Educação**

Politécnico de Coimbra



**Escola Superior  
de Tecnologia  
e Gestão**

Politécnico de Coimbra

# O impacto das campanhas de literacia de identidade de género e combate à intolerância e ao preconceito no público

Departamento de Comunicação [ESEC]

Mestrado em Marketing e Comunicação





**Escola Superior  
de Educação**

Politécnico de Coimbra



**Escola Superior  
de Tecnologia  
e Gestão**

Politécnico de Coimbra

Teresa de Jesus Ribeiro Bento

O impacto das campanhas de literacia de identidade de género e combate à intolerância e ao preconceito no público.

Dissertação em Marketing e Comunicação, na especialização em Comunicação de Marketing apresentada ao Departamento de Comunicação da Escola Superior de Educação de Coimbra e ao Departamento de Ciências Empresariais da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital para obtenção do grau de Mestre.

Trabalho realizado sob a orientação do Professor Doutor Ricardo Filipe Ramos.

Trabalho realizado sob a coorientação Professora Doutora Joana Lobo de Mesquita Simões Pires Fernandes.

Outubro de 2023



### **Agradecimentos**

Gostaria de expressar a minha sincera gratidão a todas as pessoas e instituições que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho.

Em primeiro lugar aos meus filhos, Eduardo e Violeta, e ao meu marido, Hugo, pelo constante apoio e encorajamento nos momentos mais difíceis. Não tiveram tarefa fácil. Vocês foram fundamentais para a minha motivação e para a conclusão deste desafio. Obrigada por acreditarem em mim, sempre.

Aos meus orientadores, Professora Joana Fernandes e Professor Ricardo Ramos, pela paciência durante este percurso. Os seus valiosos contributos tiveram um papel fundamental na definição do rumo da minha pesquisa, pelo que estou grata.

Gostaria, ainda, de agradecer à Associação ILGA Portugal e à The Walt Disney Company Portugal pelo apoio possível na disponibilização de conteúdos importantes para o estudo.

Por fim, agradeço à Adélia e à Joana por serem um exemplo enquanto mães. Todos os dias lutam, de forma brava, contra a transfobia e nunca, nem por um momento, deixaram de apoiar aos seus filhos.

## **O impacto das campanhas de literacia de identidade de género e combate à intolerância e ao preconceito no público.**

Resumo: A promoção da aceitação e inclusão da comunidade LGBTQIA+ depende fundamentalmente da promoção da igualdade e da redução da discriminação através de campanhas sociais. O objetivo deste estudo visa conhecer o impacto que as campanhas de literacia de identidade de género e combate à intolerância e preconceito têm no público. Compreender a repercussão destas campanhas pode contribuir para melhorar a comunicação entre diferentes intervenientes, colaborando para reduzir atitudes negativas e aumentar o apoio aos direitos e à igualdade da comunidade LGBTQIA+. Utilizando uma abordagem mista que integra técnicas de *text mining* e análise estatística em *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), analisa 4.314 comentários publicados nas plataformas de redes sociais Facebook, Instagram e YouTube, relativos à campanha ABCLGBTQIA+ "Aprender faz parte". Os resultados indicam que a desinformação exerceu um forte impacto negativo, e a intolerância e o conservadorismo social um impacto negativo nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+. A redução do preconceito e o apoio social tiveram um impacto positivo nas atitudes relativamente à comunidade LGBTQIA+, enquanto as práticas de apoio não evidenciaram impacto positivo nas atitudes em relação a esta comunidade. Estas descobertas mostram a importância de potenciar comportamentos favoráveis em relação à comunidade LGBTQIA+ como o apoio social, na redução do estigma e da homofobia, a redução do preconceito e a luta contra a desinformação, bem como os desafios de resistência à mudança como o preconceito e o conservadorismo social, permitindo a formação de uma sociedade mais justa e inclusiva. Os resultados deste estudo contribuem para a tomada de decisão na criação de campanhas inclusivas que promovam a igualdade, aceitação e alteração de atitudes discriminatórias em relação a pessoas LGBTQIA+.

**Palavras-chave:** LGBTQIA+, Desinformação, Preconceito, Intolerância, Apoio, Conservadorismo

**The impact of gender identity literacy campaigns and the fight against intolerance and prejudice on the public.**

Abstract: Promoting acceptance and inclusion of the LGBTQIA+ community fundamentally depends on promoting equality and reducing discrimination through social campaigns. The objective of this study aims to understand the impact that gender identity literacy campaigns and the fight against intolerance and prejudice have on the population. Understanding the impact of these campaigns can help improve communication between different actors, helping to reduce negative attitudes and increase support for the rights and equality of the LGBTQIA+ community. Using a mixed approach that integrates text mining techniques and statistical analysis in *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), it analyses 4,314 comments published on the social media platforms Facebook, Instagram and YouTube, relating to the ABCLGBTQIA+ "Learn makes a role." The results indicate that misinformation had a strong negative impact, and intolerance and social conservatism had a negative impact on attitudes towards the LGBTQIA+ community. Reducing prejudice and social support had a positive impact on attitudes towards to the LGBTQIA+ community, while support practices did not demonstrate a positive impact on attitudes towards this community. These conclusions show the importance of enhancing behaviours favourable to the LGBTQIA+ community such as social support, the reduction of stigma and homophobia, the reduction of prejudice and the fight against misinformation, as well as the challenges of resistance to change such as prejudice and social conservatism, allowing the formation of a fairer and more inclusive society. The results of this study contribute to decision-making in the creation of inclusive campaigns that promote equality, acceptance and change in discriminatory attitudes towards LGBTQIA+ people.

**Keywords:** LGBTQIA+, Misinformation, Prejudice, Intolerance, Support, Conservatism

## Sumário

1. Introdução.....	2
1.1. Importância do estudo.....	2
1.2. Identificação do problema .....	3
1.3. Lacuna identificada na literatura .....	4
1.4. Objetivos do estudo.....	4
2. Revisão da literatura .....	6
2.1. O impacto das práticas de apoio nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.....	6
2.2. O impacto da desinformação nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.....	8
2.3. O impacto do preconceito nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+..	9
2.4. O impacto da intolerância nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	11
2.5. O impacto do apoio social nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	12
2.6. O impacto do conservadorismo social nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.....	13
3. Metodologia.....	16
3.1. Amostra e recolha de dados .....	16
3.2. Preparação de dados .....	17
3.3. Análise de dados .....	19
4. Resultados e discussão.....	22
4.1. Avaliação do Modelo de Medição .....	22
4.2. Avaliação do Modelo Estrutural.....	25
4.3. Discussão dos resultados .....	27
5. Conclusões .....	32
5.1. Contribuições teóricas .....	33
5.2. Contribuições práticas .....	34
5.3. Limitações e pesquisas futuras .....	34
Bibliografia .....	37

**Lista de abreviaturas**

LGBTQIA+ - Lésbica, Gay, Bissexual, Transgénero, Queer, Intersexo, Assexual e das diversas possibilidades de orientação sexual e identificação de género que existam.

PLS-SEM - *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling*.

### **Lista de Figuras**

Figura 1 - Modelo conceptual .....	15
Figura 2 - Esquema da abordagem realizada .....	20

### **Lista de Tabelas**

Tabela 1 - Número de publicações e comentários em redes sociais .....	18
Tabela 2 - Dicionário das variáveis do modelo conceptual.....	19
Tabela 3 - Significância do peso exterior .....	24
Tabela 4 - Carga externas.....	25
Tabela 5 - Avaliação do modelo estrutural .....	26
Tabela 6 - Coeficientes estruturais .....	26

## **INTRODUÇÃO**

## 1. Introdução

### 1.1. Importância do estudo

As questões relacionadas com a comunidade Lésbica, Gay, Bissexual, Transgénero, Queer, Intersexo, Assexual e das diversas possibilidades de orientação sexual e identificação de género (LGBTQIA+) que existem, constituem um tópico emergente nas pesquisas da comunicação e das relações públicas (Zhou, 2021). A promoção de atitudes positivas em relação à comunidade LGBTQIA+, coaduna-se com os princípios de respeito pelos direitos humanos, que defendem a igualdade e a não discriminação como direitos fundamentais de todas as pessoas.

Pelo impacto que causam, as plataformas de redes sociais mostram-se poderosas ferramentas para educar o público sobre uma ampla gama de tópicos de interesse social (Abbas et al., 2019; Al-Dmour et al., 2020). Com a possibilidade de partilhar informações, envolver o público, usar influenciadores e anunciar conteúdos educacionais, estas plataformas promovem aprendizagens e o entendimento entre os públicos (Hürriyetoğlu et al., 2021; Wang et al., 2019). As organizações LGBTQIA+ usam, cada vez mais, as plataformas de redes sociais para comunicar dentro da sua comunidade e fora dela (Ciszek, 2017). Especialmente para os jovens LGBTQIA+, as plataformas *online* são a principal fonte de informação sobre as suas identidades emergentes (DeHaan et al., 2013), influenciando radicalmente esta geração (Raghavendra et al., 2018).

O objetivo principal da escolha destas ferramentas, para comunicar campanhas de interesse público, prende-se com a escala, amplitude e imediatismo que elas permitem (Al-Dmour et al., 2020). Contudo, estes instrumentos apresentam desafios como a desinformação, o *cyberbullying* e o assédio *online* (Rieger et al., 2021). As plataformas de redes sociais permitem grande interação, o que resulta em vários efeitos e a produção de ódio não é exceção (Walther, 2022), ameaçando o bem-estar psicológico e físico das suas vítimas.

Dados do Relatório Pride (2023) revelam que, nos últimos quatro anos, o discurso *online* a favor da comunidade LGBTQIA+ diminuiu 12%, enquanto o número de mensagens anti LGBTQIA+ aumentou 185%, em Portugal. O relatório destaca que as principais narrativas promotoras incentivam a denúncia de comentários homofóbicos, promovendo a tolerância, a liberdade e o apoio. Por outro lado, as narrativas detratórias incluem comentários de oposição, por parte de utilizadores que se posicionam contra a comunidade LGBTQIA+, utilizando o conceito de ideologia de género.

É também dentro destas plataformas que o movimento *Woke* tem ganho popularidade, especialmente entre os jovens (Sobande et al., 2022), que procuram combater injustiças sociais

(Grant, 2018). Embora inicialmente se tenha concentrado em questões raciais, este movimento tem influenciado a comunicação de questões LGBTQIA+ promovendo o uso de linguagem inclusiva e denunciando comportamentos e atitudes discriminatórios.

O preconceito, a homofobia e as ações contra minorias são uma ampla tendência de estudo. Chakravarthi et al. (2022) destacaram a importância de detectar a homofobia e a transfobia nas redes sociais, propondo um método para promover um ambiente *online* mais seguro e inclusivo. É ainda destacada a importância de contribuir para atitudes positivas em ambientes educacionais, em relação aos indivíduos LGBTQIA+, combatendo a homofobia e construindo uma sociedade mais acolhedora e solidária (Kroneman et al., 2022). Alichie (2022), enfatizou a necessidade de uma maior conscientização e intervenção para abordar a homofobia *online* sugerindo intervenções que incluam campanhas de educação e esclarecimento, além do fornecimento de recursos de apoio para indivíduos LGBTQIA+ que vivenciam a homofobia *online*.

É relevante estudar as campanhas de literacia de identidade de gênero e combate à intolerância e preconceito no seu impacto relativamente às atitudes relativas à comunidade LGBTQIA+, para promover a inclusão, combater o preconceito e trabalhar na direção de uma sociedade mais igualitária. Compreender como as mensagens são transmitidas, percebidas e interpretadas permite o desenvolvimento de estratégias eficazes para criar mudanças positivas nas atitudes e no apoio a esta comunidade.

## **1.2. Identificação do problema**

No seu estudo acerca da violência de gênero e combate ao preconceito, Rosa et al. (2018), demonstram como as campanhas públicas contra a homofobia e transfobia podem contribuir para mudar a perspectiva enraizada da violência de gênero. Existem evidências que sugerem que as campanhas públicas contra a homofobia podem ser eficazes na redução de atitudes negativas em relação aos indivíduos LGBTQIA+ e no aumento do apoio aos seus direitos (Htun & Weldon, 2015).

Alguns estudos denunciam a intolerância e o preconceito sobre a comunidade LGBTQIA+ (Alichie, 2022; Darakchi, 2019; Henderson et al., 2022), sendo importante compreender que as campanhas contra a homofobia são apenas uma parte de uma estratégia mais ampla para promover os direitos e a igualdade da comunidade LGBTQIA+, sendo que outras estratégias podem incluir reformas legais, mudanças políticas e ativismo de base.

### 1.3. Lacuna identificada na literatura

Foram observados vários trabalhos sobre discriminação sexual racial (Ghabrial, 2017; Wade et al., 2022), sobre comportamentos de *bullying* e discurso de ódio *online* sobre as pessoas LGBTQIA+ (Chintalapudi et al., 2021; Walther, 2022), a utilização e deteção de linguagem abusiva nas plataformas de redes sociais (Song et al., 2023) e o potencial dos modelos de *machine learning* para deteção de linguagem discriminatória visando a promoção de um ambiente *online* mais inclusivo (Ashraf et al., 2022).

Embora as campanhas de defesa da causa LGBTQIA+ sejam cada vez mais usadas para lutar contra intolerância e o preconceito na sociedade, não foram encontrados estudos específicos sobre o impacto no público das campanhas de literacia de identidade de género e combate à intolerância e ao preconceito continuado. Deste modo, está por compreender o impacto que estas campanhas têm na capacidade de alcançar mudanças nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

### 1.4. Objetivos do estudo

Considerando a lacuna identificada na literatura, o objetivo deste estudo visa conhecer o impacto que as campanhas de literacia de identidade de género e combate à intolerância e preconceito têm no público. Para atingir este objetivo, serão recolhidos comentários das redes sociais Facebook, Instagram e YouTube sobre a campanha “ABCLGBTQIA+, Aprender faz parte”. Os dados serão analisados através de técnicas de *text mining* para construir uma matriz de frequências. A matriz de frequências servirá de *input* para analisar as relações entre as dimensões em estudo usando *Partial Least Squares - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Esta pesquisa procura identificar estratégias de comunicação inclusivas que promovam a igualdade e aceitação das pessoas LGBTQIA+, com o objetivo de reduzir a discriminação e tornar futuras campanhas mais eficazes na mudança de atitudes.

Compreender a repercussão dessas campanhas pode ajudar a melhorar a comunicação entre diferentes intervenientes, incluindo organizações, governo e o público. Ao partilhar dados e perceções sobre o impacto das campanhas de alfabetização de género e esforços anti preconceito, as várias entidades podem cooperar de forma a promover mudanças sociais e apoiar comunidades marginalizadas, como a comunidade LGBTQIA+, que é frequentemente afetada por discriminação e preconceito.

## **REVISÃO DA LITERATURA**

## **2. Revisão da literatura**

A facilidade em comunicar nas plataformas de redes sociais, possibilitou a partilha de uma diversidade de informações e ideias. No entanto, é importante ressaltar que a linguagem utilizada pode ser ofensiva (Chakravarthi et al., 2022), contendo expressões desagradáveis como racismo, sexismo, homofobia, transfobia (Sufi, 2022) ou depreciar um grupo específico de indivíduos ou organizações (Zampieri et al., 2020). Ainda assim, Lissitsa e Kushnirovich (2021), postulam que a exposição aos media promove atitudes mais positivas o que, por sua vez, estimula a formação de futuros contatos externos, superando a exclusão social. As plataformas de redes sociais tornaram-se um poderoso mecanismo de socialização positiva expondo as gerações mais jovens a um discurso tolerante sobre os direitos das pessoas LGBTQIA+ (Lissitsa & Kushnirovich, 2021) considerada, até ao início dos anos 1980, uma minoria invisível (Ayoub & Garretson, 2017).

As plataformas de redes sociais permitem a participação ativa das pessoas na produção de conteúdos e na disseminação da informação, tendo alterado significativamente a velocidade como comunicamos (Tomblison & Wolf, 2017). Esta questão é relevante já que muitas campanhas de comunicação visam construir movimentos de apoio global (Collister, 2015). A natureza viral de algumas dessas campanhas, para apoiar os direitos LGBTQIA+, permitem que a mensagem se dissemine muito além do seu país de origem, destacando a sua capacidade de influenciar campanhas de carácter social noutros países (Tomblison & Wolf, 2017).

### **2.1. O impacto das práticas de apoio nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.**

A compreensão das atitudes sociais em relação à comunidade LGBTQIA+ é de suma importância, pois proporciona uma visão essencial sobre como esta comunidade é percebida e tratada (Yeo et al., 2023). Ao compreender as atitudes sociais, podemos identificar lacunas e desafios persistentes que precisam ser abordados (Manalastas et al., 2017). Este entendimento permite desenvolver estratégias mais eficazes para promover a educação, a consciencialização e a mudança de mentalidade. É fundamental desafiar estereótipos negativos e normas sociais opressivas, trabalhando em direção a uma cultura de respeito, inclusão e igualdade para todas as pessoas (Bain & Podmore, 2021), independentemente de sua orientação sexual ou identidade de género. Embora tenham vindo a ser desenvolvidas políticas públicas para melhorar os direitos das pessoas LGBTQIA+, a persistência de atitudes e ações negativas em relação a esta

comunidade destaca a importância de um trabalho contínuo para combater a discriminação e promover a inclusão (Dotti Sani & Quaranta, 2022; Wang et al., 2020).

Globalmente assistimos a uma mudança positiva nas práticas de apoio em relação à comunidade LGBTQIA+, com a introdução de leis sobre o casamento para casais do mesmo sexo (Dotti Sani & Quaranta, 2022) e na promoção da inclusão, garantindo que as experiências de todos os indivíduos dentro desta comunidade sejam representadas e reconhecidas (Bain & Podmore, 2021). Quando as percepções das práticas de apoio às pessoas LGBTQIA+ são avaliadas, os resultados indicam que essas práticas estão correlacionadas de forma positiva com elementos essenciais para o bem-estar psicológico (Fletcher & Everly, 2021) e têm sido adotadas de forma crescente pelos empregadores. A satisfação com a vida é considerada um indicador específico de bem-estar e demonstrou estar associada a muitos resultados positivos em contexto organizacional (Sutton, 2020).

A investigação sobre as práticas de apoio em relação a lésbicas, gays, bissexuais e transgênero está a emergir em várias regiões do mundo, existindo ainda uma considerável variabilidade na aceitação desta comunidade (Yeo et al., 2023). Os temas mais abordados incluem aceitação, discriminação e bullying (Henderson et al., 2022; Sidiropoulou et al., 2019), direitos, igualdade e saúde mental (Rimmer et al., 2022; Rueger et al., 2016), bem-estar dos funcionários LGBTQIA+ (Fletcher & Everly, 2021) e políticas públicas relacionadas com a comunidade LGBTQIA+ (Redman, 2018; Webster et al., 2018). Percebeu-se, também, que as percepções das práticas de apoio LGBTQIA+ podem estimular um processo de alinhamento da autenticidade, proporcionando uma maior sensação de bem-estar (Schmader & Sedikides, 2018; van den Bosch et al., 2019).

A mudança de atitudes é um processo que leva tempo, as práticas de apoio LGBTQIA+ podem criar uma base para essa mudança, mas as atitudes não se transformam instantaneamente. De acordo com Yeo et al. (2023) existe, no mundo, uma considerável diversidade na receptividade à comunidade LGBTQIA+ e as atitudes têm evoluído positivamente em direção aos direitos dos indivíduos LGBTQIA+, com uma notável demonstração de apoio à comunidade. As atitudes das pessoas são muitas vezes complexas e multifacetadas, mesmo quando alguém reconhece a importância das práticas de apoio LGBTQIA+, outras crenças ou experiências podem influenciar as suas atitudes de maneira diferente (Fletcher & Everly, 2021).

Deste modo, formula-se a seguinte hipótese:

**H1:** As práticas de apoio LGBTQIA+ influenciam positivamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

## **2.2. O impacto da desinformação nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.**

A desinformação é frequentemente utilizada como uma ferramenta para influenciar a opinião pública em relação aos direitos LGBTQIA+. O discurso em relação a esta comunidade apresenta, muitas vezes, um viés negativo, procurando difamar, humilhar, assustar, ameaçar e intimidar (Strand & Svensson, 2022). As campanhas de desinformação utilizam estratégias semelhantes às de marketing, apelando às emoções e incentivando a partilha de mensagens de forma a aumentar sua disseminação e, em alguns casos, promovendo algum sentimento de comunidade (Austin et al., 2023). Strand e Svensson (2022), na sua investigação, abordaram a criação de narrativas de desinformação em relação aos direitos LGBTQIA+, onde foi examinada a forma como estas distorcem a perceção pública e política sobre os direitos desta comunidade e como influenciam o debate em torno desta questão na Europa.

Desinformação é geralmente definida como qualquer “informação falsa, imprecisa ou enganosa projetada, apresentada e promovida intencionalmente para causar dano público ou para fins lucrativos” (Comissão Europeia, 2018). A desinformação tem contribuído para a disseminação da incerteza, do medo e do racismo, entre outras consequências negativas, e tem-se observado uma relação entre conteúdos divulgados nas redes sociais e o aumento de crimes de ódio direcionados a minorias étnicas (Kapantai et al., 2021).

Na literatura, existe uma larga variedade de termo e conceitos que são usados para referir informações falsas ou semiverdadeiras, como notícias (Lazer et al., 2018; Zhou & Zafarani, 2021) desinformação, (Amazeen & Bucy, 2019; HLEG, 2018), desinformação digital (Amazeen & Bucy, 2019) ou rumores (Shao et al., 2018). Meel e Vishwakarma (2020), identificaram uma lista de termos, usados de forma intercambiável, descrevendo tipos específicos de desinformação, enquanto outros (Amazeen & Bucy, 2019; Dupuis & Williams, 2019), consideram a desinformação como um termo genérico nos seus estudos.

Numa era de sobrecarga de informação (Marques & Batista, 2017), as plataformas *online* estão a ser usadas para conduzir campanhas direcionadas com informações falsas (Zannettou et al., 2019), as consequências dessa desinformação podem ter graves repercussões em áreas como a política ou os direitos humanos (Kapantai et al., 2021). Uma forma de combater as crenças na desinformação é aumentar a consciencialização das pessoas de que as fontes de informação podem não ser confiáveis (Starbird et al., 2019), bem como melhorar a capacidade de pensamento crítico, permitindo avaliar a veracidade das afirmações contidas nas mensagens a que estão expostas (Sagarin et al., 2002).

A disseminação deliberada de desinformação sobre questões LGBTQIA+ polariza a sociedade, criando divisões e dificultando a construção de pontes de diálogo e compreensão entre diferentes grupos, considerando-se uma ferramenta essencial e comumente usada para influenciar negativamente a opinião pública sobre os direitos das pessoas LGBTQIA+ (Strand & Svensson, 2022). A desinformação, quer por meio da produção de informações falsas quer pela distorção de informações verdadeiras (Aïmeur et al., 2023), quando amplamente disseminada nas plataformas *online*, pode ser devastadora (Kapantai et al., 2021) tornando mais difícil o acesso do público a informação correta e fidedigna. As mensagens que contém desinformação apelam regularmente às emoções, o que incentiva a partilha e, conseqüentemente, a expansão de seu alcance (Austin et al., 2023), levando a que as atitudes negativas em relação à comunidade LGBTQIA+ se multipliquem, tendo um significativo impacto na saúde mental das pessoas desta comunidade.

Deste modo, formula-se a seguinte hipótese:

**H2:** A desinformação afeta negativamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

### **2.3. O impacto do preconceito nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.**

O preconceito e a discriminação contra a comunidade LGBTQIA+ estão presentes em todo o mundo (Chen & Zhang, 2022). As relações intergrupais fragmentadas e atitudes preconceituosas baseadas em diferenças étnicas, religiosas, de sexualidade e identidade de gênero são uma característica comum da vida social em muitos países (Edelman et al., 2017). Com o crescimento de conteúdos gerado por utilizadores nas redes sociais, tem-se observado um aumento constante na quantidade de linguagem abusiva, que reforça o preconceito contra um indivíduo ou um grupo (Song et al., 2023). As práticas discriminatórias criam medo e são prejudiciais ao bem-estar psicológico e social e à saúde mental dos indivíduos LGBTQIA+ (Hall, 2018). Da mesma forma, nos adolescentes LGBTQIA+, persistem situações de preconceito e violência que promovem sentimentos negativos que se repercutem na sua saúde mental fomentando, por exemplo, o abandono escolar (Silva et al., 2021).

O preconceito relacionado com a orientação sexual e de identidade de gênero refere-se a atitudes negativas em relação a certos comportamentos, indivíduos ou grupos, que são fundamentadas na orientação sexual percebida, identidade de gênero, papel ou expressão (Cramwinckel et al., 2021).

A redução do preconceito é uma importante área de investigação (Paluck et al., 2021), sendo que é mais frequente na área do racismo e menos frequente na área da orientação sexual e diversidade de género (Cramwinckel et al., 2021). As "intervenções de contacto" são frequentemente utilizadas para reduzir o preconceito sexual e de género, sendo habitualmente implementadas em ambientes escolares ou universitários (Kroneman et al., 2019). Essas intervenções envolvem o contacto entre os participantes e membros de grupos minoritários sexuais e de género, permitindo o fornecimento de informações e a discussão de temas relacionados com orientação sexual e identidade de género (Cramwinckel et al., 2021), aprendizagem sobre o outro e empatia (Pettigrew & Tropp, 2006) e a redução do preconceito (Faulkner, 2018). O contacto entre grupos está relacionado com níveis reduzidos de preconceito sexual e com uma maior intenção para participar em ações destinadas a beneficiar a comunidade LGBTQIA+ (Byrd & Zhang, 2020; Reimer et al., 2017). Da mesma forma, Hsieh et al. (2022), mostram que a promoção do contacto direto e positivo entre vários grupos reduz o preconceito, a educação sobre diversidade e a conscientização sobre os estereótipos. Estes resultados têm implicações importantes para o desenvolvimento de intervenções práticas e políticas públicas permitindo a redução do preconceito na sociedade.

O estudo de Song et al. (2023), destaca a presença de viés em modelos de linguagem, que podem estar associados a preconceitos e discriminação, levando a decisões tendenciosas na deteção de linguagem abusiva *online*. As redes sociais podem ser espaços onde a homofobia é amplificada, sendo frequentemente usados comentários insultuosos que expressam preconceito e hostilidade em relação à comunidade LGBTQIA+, como é relatado no estudo de Alichie (2022). Este mesmo estudo observa que a exposição ao preconceito e à discriminação está associada a uma maior vulnerabilidade à depressão, destacando a importância de combater o preconceito e promover ambientes inclusivos (Hall, 2018).

O preconceito em relação à orientação sexual e identidade de género é caracterizado por atitudes negativas em relação a determinados comportamentos, indivíduos ou grupos, com base na sua orientação sexual ou identidade de género (Cramwinckel et al., 2021). Uma característica contemporânea é denominada homonegatividade moderna, no contexto LGBTQIA+, que é a negação de que o preconceito ainda ocorra, por se acreditar que já existe muita atenção para o assunto nas redes sociais (Cramwinckel et al., 2021; Fry et al., 2020), o que acarreta um impacto negativo para a comunidade.

Deste modo, formula-se a seguinte hipótese:

**H3:** A redução do preconceito influencia positivamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

#### **2.4. O impacto da intolerância nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.**

A intolerância em relação à identidade de gênero ou orientação sexual, fundamentada na heteronormatividade, não é uma questão recente (Noga-Styron et al., 2012) e constitui uma violação aos direitos humanos (Silva et al., 2021), constituindo um problema de saúde mental para a comunidade LGBTQIA+. É reconhecida a necessidade de combater a intolerância e criar ambientes mais inclusivos e seguros fomentando o bem-estar da comunidade LGBTQIA+ (Dean, 2016; Quezada et al., 2022). Esta questão constitui uma violação os direitos humanos e é considerada um determinante social relevante na saúde mental da comunidade LGBTQIA+ (Silva et al., 2021).

No seu estudo, Sumerau et al. (2018), evocam que a intolerância, em relação à diversidade sexual e de gênero, pode ser mais complexa do que parece à primeira vista, envolvendo uma aceitação condicional que pode ser motivada por fatores sociais, pessoais e emocionais. A expressão de uma atitude de tolerância pode ser volátil e transformar-se em intolerância, em situações concretas de diversidade sexual (Santos et al., 2018). Isto demonstra a importância de compreender profundamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+ e as nuances da intolerância, que podem estar presentes mesmo em indivíduos que parecem expressar o seu apoio a esta comunidade. Promover uma verdadeira mudança cultural e educacional de combate à intolerância em relação à diversidade sexual e de gênero, compreende a implementação de políticas educacionais mais inclusivas, a promoção de debates abertos e questionar as normas tradicionais de gênero e sexualidade (Silva et al., 2021). Também a exposição, nos media, a estereótipos negativos pode levar a uma maior intolerância em relação às pessoas LGBTQIA+ (Lissitsa & Kushnirovich, 2020).

Oswin (2015), examinou a relação entre sexualidade e espaço urbano, com foco na experiência de indivíduos LGBTQIA+ em diferentes cidades do mundo. O estudo explora como as cidades oferecem espaços de acolhimento, como bairros LGBTQIA+ ou locais de encontro, que proporcionam uma sensação de comunidade e aceitação. Também os campus universitários podem ser considerados espaços seguros para estudantes LGBTQIA+ (Allen et al., 2020), ainda que persistam formas de intolerância, destacando-se a importância de uma mudança educacional e cultural para promoção de atitudes mais inclusivas em relação à diversidade sexual (Santos et al., 2018). Várias pesquisas exploram como a educação superior pode

contribuir para a redução da intolerância em relação às pessoas LGBTQIA+ (Budge, 2023). Através de práticas educacionais inclusivas e discussões abertas sobre diversidade, os professores têm a capacidade de moldar as atitudes dos alunos e promover a tolerância e o respeito pelos outros (Bergamaschi et al., 2022).

A promoção de uma cultura que valorize a diversidade e o respeito pelos direitos de todas as pessoas pode desempenhar um papel crucial na redução da intolerância (Oyamot et al., 2017; Santos et al., 2018), sendo também necessária a remoção eficaz de conteúdos com carácter intolerante nos meios *online* (Vehovar & Jontes, 2021) assim como a representação precisa e positiva das pessoas LGBTQIA+ nas redes sociais (Lissitsa & Kushnirovich, 2020), eliminando estereótipos.

Deste modo, formula-se a seguinte hipótese:

**H4:** A intolerância influencia negativamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

## **2.5. O impacto do apoio social nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.**

A conexão com a comunidade, como um indicador de apoio social, desempenha um papel mediador na relação entre violência homofóbica e transsexual e a saúde mental (Lozano-Verduzco et al., 2017), isso significa que o apoio social tem a capacidade de atenuar os efeitos negativos da saúde mental, destacando a sua importância como um fator protetor para o bem-estar psicológico (Lozano-Verduzco et al., 2023). O apoio social e as relações sociais satisfatórias estão relacionados com o aumento do bem-estar e a diminuição da solidão.

O apoio social abrange diferentes formas de suporte, que podem incluir o apoio tangível e o apoio emocional, estas categorias de comportamentos de apoio são parte integrante de uma construção mais ampla do apoio social (Rueger et al., 2016). No caso da comunidade LGBTQIA+, o apoio emocional pode significar expressar afeto ou disponibilidade para conversar sobre a orientação sexual ou de identidade de género (Hale et al., 2021).

Muitos projetos de intervenção social visam reduzir a solidão e podem utilizar diversas estratégias, seguindo as indicações da meta-análise de Masi et al. (2011). Essas estratégias incluem a melhoria das competências sociais, o aumento do apoio social, a criação de oportunidades de contacto social e a redução das distorções cognitivas. Como evidenciado noutras pesquisas (Ribeiro-Gonçalves et al., 2022; Von Humboldt & Leal, 2015) o apoio social e as relações sociais positivas são fatores-chave para o aumento do bem-estar, redução da solidão e o ajustamento no processo de envelhecimento dos indivíduos LGBTQIA+.

O apoio social desempenha um papel significativo na saúde mental das minorias sexuais e de género, e está associado à redução da depressão, especialmente em relatos de homofobia interiorizada.

Deste modo, formula-se a seguinte hipótese:

**H5:** O apoio social influencia positivamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

## **2.6. O impacto do conservadorismo social nas atitudes em relação à comunidade**

### **LGBTQIA+.**

O conservadorismo social está associado a princípios morais que são incompatíveis com o conceito dos direitos das pessoas LGBTQIA+ (Kivikangas et al., 2021). Indicadores utilizados frequentemente para medir o conservadorismo incluem o autoritarismo (Whitley & Lee, 2000) e a religiosidade (Stankov, 2018), reflexo da vontade de preservar estruturas tradicionais. Portanto, indivíduos com maior tendência ao autoritarismo e maior religiosidade tendem a apresentar atitudes mais negativas em relação à comunidade LGBTQIA+ (Scandurra et al., 2017).

Num conceito mais amplo, o conservadorismo social define-se como um conjunto de crenças que envolvem a manutenção de estruturas e padrões tradicionais de comportamento e a resistência a aceitar ou apoiar novas identidades de género ou concepções que desafiam as normas estabelecidas (Choe et al., 2019; Rye et al., 2019).

Choe et al. (2019), examinam, na sua investigação, que o conservadorismo social e outros fatores como a religiosidade também podem influenciar as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+. Este estudo defende que o conservadorismo social está associado a atitudes desfavoráveis em relação a esta comunidade, enquanto a orientação religiosa pode ter efeitos mistos, dependendo das crenças e doutrinas religiosas específicas. Por sua vez, pesquisas anteriores (Hall et al., 2010), mostram que a religiosidade e o conservadorismo social se relacionam com o preconceito contra pessoas LGBTQIA+. Górska e Tausch (2022), afirmam que indivíduos com menor de contacto com minorias sexuais e maior nível de conservadorismo social, são mais propensos a ter atitudes negativas em relação à comunidade LGBTQIA+, demonstrando predisposição para se envolverem em ações coletivas prejudiciais a este grupo minoritário. Estes resultados sugerem que tanto as características pessoais, como as interações sociais e o conservadorismo social, desempenham um papel importante na formação de atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

O conservadorismo, frequentemente caracterizado por autoritarismo, fundamentalismo religioso, adesão a papéis de género tradicionais e atitudes negativas em relação a comunidade LGBTQIA+ está associado, também, à transfobia (Rye et al., 2019).

Deste modo, formula-se a seguinte hipótese:

**H6:** O conservadorismo social influencia negativamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

O modelo conceptual aqui proposto (Figura 1) baseou-se numa revisão abrangente da literatura, permitindo identificar construtos cruciais para a análise do impacto nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.

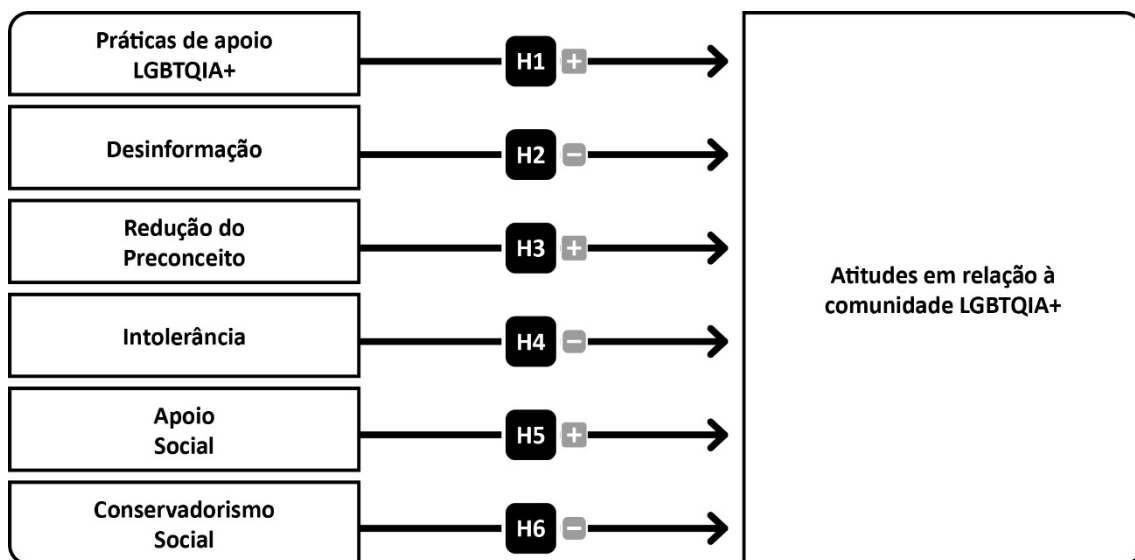


Figura 1 – Modelo conceptual

## **METODOLOGIA**

### 3. Metodologia

Este estudo procura compreender o impacto da campanha "ABCLGBTQIA+, Aprender faz parte" no público, através das reações à campanha.

Seguindo a abordagem de Ramos et al. (2022), a metodologia adotada contempla um método de abordagem misto, combinando técnicas de *text mining* com análise estatística em PLS-SEM para analisar os comentários realizados pelos utilizadores das redes sociais em estudo às campanhas de literacia de igualdade de género e combate à intolerância e preconceito. Comparando com um questionário tradicional, esta forma de recolha de dados permitiu captar o espírito das perceções dos utilizadores das redes sociais, expresso por opiniões livres (Furtado et al., 2022; Ramos et al., 2022; Moro & Rita, 2018).

#### 3.1. Amostra e recolha de dados

A amostra deste estudo é composta pelos comentários publicados por utilizadores nas redes sociais Facebook, Instagram e YouTube à campanha "ABCLGBTQIA+, Aprender faz parte", uma colaboração da Fox Life com a Associação ILGA Portugal. A campanha teve início a 9 de junho (mês do orgulho) de 2022 e teve como objetivo divulgar o significado de vários termos relacionados com a comunidade LGBTQIA+, "*uma homenagem e um compromisso com a promoção da literacia de identidade de género e combate à intolerância e ao preconceito.*" (Foxnewsroom.lift.com.pt, 2022).

O Facebook, o Instagram e o YouTube são plataformas de redes sociais amplamente utilizadas em todo o mundo, que oferecem aos utilizadores a oportunidade de partilhar conteúdos, o que as torna relevantes para esta investigação (Keng & Cheng, 2023). No contexto deste estudo, estas plataformas são importantes porque permitem uma análise das narrativas e discursos relacionados aos direitos LGBTQIA+, além de que os seus conteúdos podem tanto promover a tolerância e o apoio à comunidade LGBTQIA+, quanto reforçar os estereótipos, os preconceitos e a discriminação (Chakravarthi et al., 2022).

Para a realização deste estudo foram recolhidos um total de 4.314 comentários de utilizadores das redes sociais mencionadas acima, entre os dias 9 e 20 de fevereiro de 2023, realizados em 60 publicações selecionadas, relativas à campanha "ABCLGBTQIA+ Aprender faz parte", conforme apresentado na Tabela 1. A recolha dos comentários foi executada com recurso a um *web scrapper*, uma ferramenta que tem como objetivo recolher dados de páginas *web* específicas (Hamada & Naizabayeva, 2020). O *web scraper* foi desenvolvido no software R, com

recurso ao *package* “Rvest”. Os comentários extraídos foram exportados para um ficheiro CSV (Rita et al., 2022).

**Tabela 1 – Número de publicações e comentários, publicados nas redes sociais.**

Rede Social	Número de publicações	Número de comentários
Facebook	24	3.298
Instagram	24	944
YouTube	12	72
Total	60	4.314

### 3.2. Preparação de dados

Seguindo a abordagem de Ramos et al. (2022), após a recolha dos comentários publicados nas redes sociais sobre a campanha, os comentários foram submetidos a um processo para construir uma matriz de frequência de termos que será utilizada como *input* para análise no PLS-SEM.

Numa fase inicial, todos os comentários foram traduzidos para inglês com recurso à API “RYandexTranslate” (Piccinelli et al., 2021). Através do *package* “tm” do software R, o *dataset* foi limpo através da eliminação de *stop words* (palavras sem valor semântico, como “e”, “ou”, “para”), advérbio e artigos, conversão de todas as palavras para minúsculas e a aplicação da técnica de *stemming* (palavras com o mesmo significado foram fundidas num termo comum, por exemplo: “block” ou “blocker” = “blocked”). O pacote “tm” em R foi utilizado para conduzir este processo. Cada termo foi contado e agrupado em cada um dos constructos teóricos do modelo (por exemplo, “insult”, “stigma” = “prejudice”), criando um dicionário. Esta abordagem tem sido amplamente utilizada em vários estudos (Lemos et al., 2022; Piccinelli et al., 2021; Ramos et al., 2019).

De modo a eliminar a subjetividade associada à construção do dicionário, um painel de quatro especialistas independentes em marketing e questões LGBTQIA+ foram convidados para validar o dicionário. Os especialistas tiveram a liberdade para adicionar, eliminar ou realocar os termos para outros constructos teóricos, num processo de discussão e construção, sendo o dicionário final apresentado na Tabela 2.

**Tabela 2 – Dicionário das variáveis do modelo conceptual**

<b>Construto</b>	<b>Item</b>	<b>Termos Associados</b>
Práticas de apoio LGBTQIA+	Justiça	Legal, defense, law.
	Orgulho	June, conquest, flag.
	Responsabilidade	Urgent, seriously.
Desinformação	Discriminação	Victim, racism, misogynist.
	Medo	Danger, fear, insecure.
	Ódio	Crime, trash, pedophilia.
	Ceticismo	Joke, propaganda, nonsense.
Redução do Preconceito	Preconceito	Sexism, trash, prohibited.
	Insulto	Bastard, stupid, idiot.
	Estigma	Boycott, false, wrong.
Intolerância	Tolerância	Understanding, choice, dignity.
	Intolerância	Fundamentalist, inappropriate, silent.
Apoio Social	Afinidade	Agree, belonging, recognition.
	Confiança	Authentic, credibility, pure.
	Simpatia	Kiss, hug, smile.
	Respeito	Humility, dedication, mutual.
	Gratidão	Thank, give, generous.
	Admiração	Special, courageous, brave.
	Inclusão	Community, association, member.
	Interação Social	Person, brother, daughter.
	Satisfação	Happy, luck, pleasure.
Representatividade	Queer, políamor, intersex.	
Conservadorismo Social	Hipocrisia	Comedian, laugh, fake.
	Religião	Moral, devout, priest.
	Desconforto	Problem, upset, scare.
Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+	Intenções Futuras	Commitment, accept, help.
	Esperança	Wake up, belief, achieve.

A partir do cruzamento da informação dos comentários dos utilizadores com o dicionário, construiu-se uma matriz de frequências de palavras conectadas a cada constructo, criando variáveis contínuas para os comentários de cada utilizador. Cada linha da matriz obtida

corresponde a um comentário de um utilizador das redes sociais, e as colunas refletem os itens associados ao constructo. Na matriz de frequência de palavras, cada célula mostra o número de vezes que o item foi referido em cada comentário. A matriz de frequência de palavras constitui o *input* para o PLS-SEM para avaliar as relações entre os constructos teóricos. A metodologia de estudo está esquematizada na Figura 2.

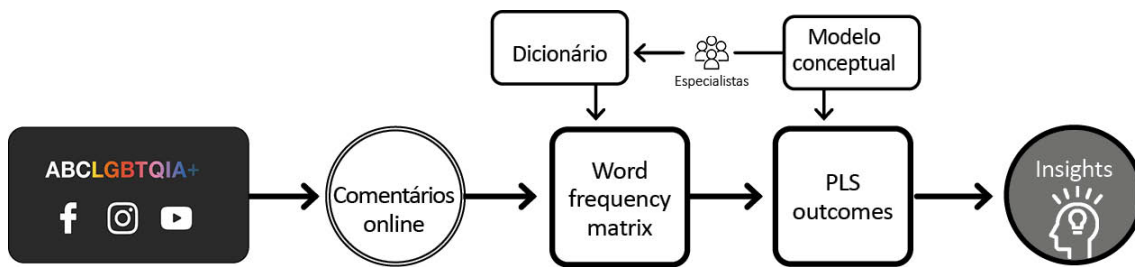


Figura 2 – Esquema da abordagem realizada

### 3.3. Análise de dados

Os dados foram analisados utilizando o *software* PLS-SEM. O PLS-SEM é um *software* de análise estatística que estima a relação causal entre variáveis, definida por um modelo teórico (Hair, Risher, et al., 2019a). Esta análise permite estudar relações complexas entre variáveis através relações lineares. É um *software* adequado para dados secundários, preferencialmente dados métricos ou quase-métricos, permitindo o uso de itens únicos e medidas formativas (Hair, Risher, et al., 2019b; Richter et al., 2020). Todos os itens foram medidos através de medidas formativas, uma vez que os itens associados a cada variável provocam a sua formação, convergindo num construto. Assim, cada item reúne os aspetos específicos do domínio do construto, determinando o seu significado (Hair et al., 2020).

O modelo foi avaliado conforme procedimentos recomendados por Hair et al. (2020). Assim, avaliou-se o modelo de medida, que analisou a validade convergente para verificar a alta correlação da medida formativa com a medida reflexiva do mesmo construto para cada variável. Valores de coeficientes de caminho maiores que 0,80 deverão ser verificados. Em seguida foi avaliada a multicolinearidade ( $VIF < 3,0$ ). Para avaliar a significância, a carga e o peso dos itens na construção da variável, foi aplicado o *Bootstrapping* para 5.000 subamostras.

Um nível de significância de 5% foi definido como crítico para os valores t dos coeficientes de caminho ( $t > 1,96$ ). A multicolinearidade interna e os efeitos diretos do modelo foram avaliados por meio de uma análise de regressão, avaliando-se o tamanho e a significância dos coeficientes

de caminho entre as variáveis. Por fim, a capacidade preditiva foi avaliada com base nos valores de  $R^2$  e  $Q^2$ . Os valores de  $Q^2$  foram obtidos no teste *Blindfolding* para um valor D igual a 10. Os resultados serviram de base para a discussão e conclusões do trabalho de pesquisa.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

## 4. Resultados e discussão

### 4.1. Avaliação do Modelo de Medição

O modelo de medição tem a finalidade de verificar se os itens de cada constructo medem com precisão o seu respetivo conceito. O modelo de medição mostrou que as medidas formativas dos constructos estavam altamente correlacionadas com as suas medidas reflexivas, demonstrando que não existiram problemas de redundância conferindo uma boa confiabilidade dos indicadores. Os coeficientes de caminho ( $\beta$ ) foram superiores a 0.80 para todos os constructos. Para todos os indicadores os valores externos de VIF foram inferiores a 3.0, demonstrando a ausência de multicolinearidade (Hair et al., 2020).

Para a identificação dos itens relevantes para a construção da variável, estes devem satisfazer um peso exterior significativo e uma carga externa superior a 0,5. Quando o peso não é significativo, mas a sua carga é superior a 0,5 deve-se manter o indicador pois o mesmo é absolutamente importante. Quando o peso e a carga não são significantes nem acima de 0,5 (Hair, Risher, et al., 2019b) o item deve ser retirado do estudo (Hair, Risher, et al., 2019b).

Os resultados do item “Orgulho” (significância peso exterior = 0,097; carga = 0,465) e os resultados do item “Responsabilidade” (significância peso exterior = 0,536; carga = 0,188) indicam que os mesmos deveriam ser retirados do estudo (Tabelas 3 e 4). Conclusão, estes itens não são relevantes para a construção/explicação da variável “Práticas de apoio LGBTQIA+”.

Os resultados do item “Intolerância” (significância peso exterior = 0,267; carga = -0,066), indicam que o mesmo deveria ser retirado do estudo (Tabelas 3 e 4). Conclusão, este item não é relevante para a construção/explicação da variável “Intolerância”.

Os resultados do item “Confiança” (significância peso exterior = 0,163; carga = 0,208), do item “Simpatia” (significância peso exterior = 0,056; carga = 0,230) e do item “Admiração” (significância peso exterior = 0,124 e carga = 0,176), indicam que os mesmos deveriam ser retirados do estudo (Tabelas 3 e 4). Conclusão, estes itens não são relevantes para a construção/explicação da variável “Apoio Social” e foram eliminados do estudo.

Os resultados do item “Hipocrisia” (significância peso exterior = 0,815; carga = 0,051), indicam que o mesmo deveria ser retirado do estudo (Tabelas 3 e 4). Conclusão, este item não é relevante para a construção/explicação da variável “Conservadorismo Social”.

Tabela 3 – Significância do peso exterior.

		Amostra original	Valores de t	Valores de p
Práticas de apoio LGBTQIA+	Justiça	0.869	3.735	0.000
	Orgulho	0.451	1.660	0.097
	Responsabilidade	0.186	0.619	0.536
Desinformação	Discriminação	0.304	3.453	0.001
	Medo	0.336	2.764	0.006
	Ódio	0.629	6.425	0.000
	Ceticismo	0.498	5.231	0.000
Redução do Preconceito	Preconceito	0.368	2.325	0.020
	Insulto	0.342	2.654	0.008
	Estigma	0.838	9.133	0.000
Intolerância	Tolerância	0.998	125.425	0.000
	Intolerância	-0.101	1.111	0.267
Apoio Social	Afinidade	0.253	2.190	0.029
	Confiança	0.142	1.395	0.163
	Simpatia	0.201	1.910	0.056
	Respeito	0.269	2.613	0.009
	Gratidão	0.287	3.143	0.002
	Admiração	0.147	1.539	0.124
	Inclusão	0.159	2.014	0.044
	Interação Social	0.557	7.004	0.000
	Satisfação	0.255	2.929	0.003
	Representatividade	0.194	2.441	0.015
Conservadorismo Social	Hipocrisia	0.046	0.234	0.815
	Religião	0.624	3.918	0.000
	Desconforto	0.771	6.446	0.000
Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+	Intenções Futuras	0.926	16.184	0.000
	Esperança	0.338	2.602	0.009

**Tabela 4 – Cargas externas**

		<b>Carga Externa</b>	<b>Valores de t</b>	<b>Valores de p</b>
Práticas de apoio LGBTQIA+	Justiça	0.869	3.766	0.000
	Orgulho	0.465	1.697	0.090
	Responsabilidade	0.188	0.631	0.528
Desinformação	Discriminação	0.393	4.548	0.000
	Medo	0.403	3.173	0.002
	Ódio	0.719	7.869	0.000
	Ceticismo	0.588	6.323	0.000
Redução do Preconceito	Preconceito	0.392	2.521	0.012
	Insulto	0.381	2.911	0.004
	Estigma	0.866	10.143	0.000
Intolerância	Tolerância	0.995	99.655	0.000
	Intolerância	-0.066	0.725	0.468
Apoio Social	Afinidade	0.368	3.185	0.001
	Confiança	0.208	1.886	0.060
	Simpatia	0.230	2.118	0,034
	Respeito	0.356	3.413	0.001
	Gratidão	0.344	3.931	0.000
	Admiração	0.176	1.823	0.069
	Inclusão	0.248	3.009	0.003
	Interação Social	0.723	11.104	0.000
	Satisfação	0.406	4.704	0.000
	Representatividade	0.334	4.324	0.000
Conservadorismo Social	Hipocrisia	0.051	0.258	0.797
	Religião	0.634	3.964	0.000
	Desconforto	0.781	6.745	0.000
Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+	Intenções Futuras	0.941	18.132	0.000
	Esperança	0.380	3.044	0.002

A seguir, foram retirados os itens acima referidos e executado, novamente, o modelo. Assim, o modelo sem os itens mencionados é considerado o modelo final já validado para a avaliação estrutural e consequente discussão das hipóteses em estudo.

#### 4.2. Avaliação do Modelo Estrutural

Os valores internos do VIF do modelo estrutural foram inferiores a 3.0 para todas as variáveis, demonstrando a inexistência de multicolinearidade (Hair et al., 2020).

O modelo estrutural explica 10,1% da variância das Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+. Uma vez que a tipologia deste estudo está relacionada com o comportamento do consumidor, pode considerar-se que o modelo apresenta uma capacidade explicativa média (Hair, Ringle, et al., 2019) Assim pode considerar-se que o modelo revela uma boa capacidade preditiva para avaliar as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+ de acordo com os indicadores que as influenciam, como a literacia de identidade de género, favorecendo o combate à intolerância e ao preconceito. Os valores de Q2 diferente de 0, vem reforçar a capacidade preditiva do modelo (Tabela 5).

*Tabela 5 – Avaliação do Modelo Estrutural.*

<b>Varição Explicada</b>	<b>Capacidade Preditiva</b>	
Variáveis	Valor de R2	Valor de Q2
Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+	0,101	0,126

A Tabela 6 mostra os valores de coeficiente de caminho entre os constructos e a significância, fornecendo informações sobre a relação entre as variáveis e a validade das hipóteses em estudo.

Tabela 6 – Coeficientes estruturais.

	Coeficiente de caminho ( $\beta$ )	Valores de t	Valores de p	Limite Inferior do Intervalo de Confiança	Limite Superior do Intervalo de Confiança
As práticas de apoio LGBTQIA+ / Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	0.032	1.486	0.137	-0.009	0.075
Desinformação / Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	0.139	4.748	0.000	0.088	0.203
Redução do Preconceito / Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	0.071	3.032	0.002	0.028	0.119
Intolerância / Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	0.116	4.794	0.000	0.068	0.161
Apoio Social / Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	0.138	6.190	0.000	0.104	0.191
Conservadorismo Social / Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+.	0.065	2.666	0.008	0.021	0.116

Os coeficientes de caminho variam entre -1 e +1, assim, quanto mais próximos os valores dos coeficientes caminho estiverem de 0, mais fracas serão as relações entre os constructos. Ou seja, uma variável exógena explica com menor força a variável dependente ou endógena, logo, quando mais próxima de -1 ou +1 mais fortes são as relações, sendo que o + indica que uma relação positiva, e o – uma relação negativa. Do ponto de vista da previsão uma relação com valores próximos de 1 (+/-) indica que a variável independente explica fortemente a previsão das variáveis dependentes, e vice-versa (Hair, Risher, et al., 2019b).

Os resultados sugerem que o modelo apresenta capacidade preditiva. A baixa capacidade preditiva do modelo pode explicar-se quer pelas relações não lineares entre as variáveis, quer pelo tamanho da amostra, o que pode ter levado o modelo a ter dificuldade em selecionar as variáveis mais relevantes para a previsão, resultando numa baixa capacidade preditiva.

### 4.3. Discussão dos resultados

Os resultados indicam que a variável “Práticas de apoio LGBTQIA+” não tem influência na variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+” ( $\beta = 0.032$ ,  $p\text{-value} = 0.137$ ), revogando a H1. Este resultado poderá ser explicado pela falta de conhecimento e experiência direta que podem resultar em atitudes inalteradas face à comunidade, pelo que os profissionais de relações públicas deverão ser capazes de criar conteúdos com significado para o público (Tomblison & Wolf, 2017), incentivando um ambiente participativo e a alteração de comportamentos. Da mesma forma, e de acordo com Hull et al. (2017), a exposição a uma única campanha pode não ser abrangente o suficiente para combater estereótipos. A comunicação das práticas de apoio LGBTQIA+ desempenha um papel importante para a aceitação desta comunidade, logo se as mensagens não forem passadas de forma eficaz ou inadequadas ao público-alvo, podem não alcançar o objetivo desejado. Frequentemente, os impactos destas campanhas de informação pública são modestos e difíceis de detetar, sendo a sua exposição mais propensa a aumentar a conscientização pública sobre o problema, do que a provocar uma mudança comportamental significativa (Reilly & Gordon, 2023). As redes sociais desempenham um importante papel na divulgação de campanhas públicas de consciencialização sobre questões LGBTQIA+, contribuindo para uma maior aceitação, inclusão e respeito desta comunidade (Dotti Sani & Quaranta, 2022).

Esta pesquisa fornece evidências que a variável “Desinformação” afeta negativamente a variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+” ( $\beta = 0.139$ ,  $p\text{-value} = 0.000$ ), suportando a H2. Os resultados revelam, ainda, que a variável “Desinformação” é a que mais contribui para a explicação da variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+”, constatado pelo valor de coeficiente de caminho superior ( $\beta = 0.139$ ). A perpetuação de estereótipos negativos sobre pessoas LGBTQIA+ tem vindo a ser promovida, sobretudo, pela desinformação que alimenta o preconceito e a discriminação. A sobreposição da desinformação e do discurso de ódio relativamente à comunidade LGBTQIA+ é evidente, segundo Strand e Svensson (2022), existem sobreposições entre a desinformação e o discurso de ódio direcionado à comunidade LGBTQIA+.

uma vez que ambos apresentam de descrições negativas em diferentes graus. Um dos primeiros passos para combater a desinformação é consciencializar as pessoas de que nem todas as fontes de informação são confiáveis (Starbird et al., 2019), despertando o aumento do pensamento crítico para a validação da veracidade das informações recebem (Sagarin et al., 2002). Para além disso, é essencial que as redes sociais tenham um papel responsável na validação da informação que é publicada, não contribuindo para a desinformação.

Os resultados atingidos neste estudo concluem que a variável “Redução do preconceito” influencia positivamente a variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+” ( $\beta = 0.071$ ,  $p\text{-value} = 0.002$ ), suportando a H3. A redução do preconceito influencia positivamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+. Corroborando a ideia de Cramwinckel et al. (2021), que defende a necessidade de diminuir o preconceito em relação às minorias sexuais e de género como um meio de promover maior tolerância e aceitação da diversidade. Os resultados sugerem que a campanha em estudo, pelo seu carácter educativo, forneceu informações que permitiram combater a ignorância e a falta de compreensão que frequentemente alimentam o preconceito contra a comunidade LGBTQIA+. A mensagem dos conteúdos divulgados na campanha terão contribuído para o resultado positivo alcançado, expor pessoas heterossexuais à normalização da diversidade sexual pode ser uma estratégia eficaz para combater o preconceito (Fry et al., 2020). Os resultados deste estudo estão alinhados com o estudo de Costa et al. (2018), que indica uma tendência positiva da redução do preconceito em Portugal, sugerindo a necessidade contínua de educação e conscientização sobre questões LGBTQIA+ para promoção da igualdade e aceitação, uma vez que à medida que o preconceito diminui, mais pessoas tornam-se aliadas da comunidade LGBTQIA+.

Suportando a H4, a intolerância influencia negativamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+, e os resultados desta pesquisa fornecem evidências que a variável “Intolerância” influencia a variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+” ( $\beta = 0.116$ ,  $p\text{-value} = 0.000$ ). A intolerância baseia-se em estereótipos e concepções erradas sobre as pessoas LGBTQIA+, onde muitas vezes os discursos da intolerância são dominantes, existindo outros expressamente homofóbicos (Santos et al., 2018). O uso de linguagem negativa e estigmatizante contribui para atitudes de intolerância, perpetuando estereótipos prejudiciais (Tavits & Pérez, 2019) que limitam o entendimento do público sobre a diversidade e complexidade da comunidade LGBTQIA+. No seu estudo, que analisa a presença da intolerância em comentários *online*, Vehovar e Jontes (2021) mostraram que a intolerância é direcionada a uma variedade de grupos

e comunidades, que incluem ataques homofóbicos a pessoas LGBTQIA+. Esta comunicação intolerante tem o potencial de prejudicar o diálogo construtivo, alimentando preconceitos que promovem uma vivência social e cultural hostil para a comunidade LGBTQIA+, fomentando um ambiente inseguro e prejudicial para esta comunidade.

A intolerância, quando generalizada, pode criar barreiras significativas para que as pessoas LGBTQIA+ sejam aceitas pela sociedade, levando à rejeição por parte da família e amigos, problemas de saúde mental e, até mesmo, em políticas e leis discriminatórias, que negam direitos fundamentais às pessoas LGBTQIA+ (Silva et al., 2021). A promoção de ambientes inclusivos e a sensibilização são cruciais para melhorar a saúde e o bem-estar da comunidade LGBTQIA+ (Quezada et al., 2022).

Os resultados de estudo postulam que a variável “Apoio social” influencia a variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+” ( $\beta = 0.138$ , p-value = 0.000), validando a H5.

O apoio social proporcionado pelas redes sociais pode ser muito relevante, especialmente para jovens minoritários sexuais e de gênero que enfrentam isolamento social, como foi demonstrado no estudo de Karim et al. (2022), em que estas conexões virtuais forneceram apoio emocional e oportunidades de partilha de experiências, durante a pandemia da Covid-19. Também o estudo de Smolak-Lozano et al. (2020), ressalta o papel fundamental das redes sociais e das estratégias de relações públicas na promoção de campanhas de mudança social no setor educacional em Espanha e Portugal, desempenhando o apoio social um papel essencial no sucesso dessas campanhas.

Intervenções direcionadas para reduzir a homofobia internalizada, bem como a promoção do apoio social podem ser benéficas para a saúde mental dos indivíduos LGBTQIA+ (Lozano-Verduzco et al., 2017). O apoio social demonstra que as identidades e experiências dos indivíduos LGBTQIA+ são validadas e respeitadas, ajudando na redução do estigma e do preconceito que podem enfrentar (Hall, 2018). O apoio social é visto como um recurso valioso na promoção da saúde mental dos jovens, e o estudo de Silva et al. (2021), enfatiza a importância do apoio social, incluindo o apoio da família, amigos e educadores, na redução do impacto negativo do estigma e da discriminação sofrida por adolescentes LGBTQIA+, ajudando-os a enfrentar os desafios do preconceito criando ambientes mais acolhedores e respeitosos para a diversidade sexual na adolescência. Esta questão é, ainda, enfatizada na investigação de (Rueger et al., 2016), onde a presença de redes de apoio sólidas e a percepção positiva do apoio social desempenham um papel significativo na no combate à depressão em crianças e adolescentes, com implicações importantes para estratégias de prevenção e intervenção. No

que diz respeito a uma geração mais velha, os resultados do estudo de Ribeiro-Gonçalves et al. (2022), indicam que o apoio social desempenha um papel fundamental no bem-estar emocional e psicológico, especialmente para esta geração que pode ter enfrentado mais discriminação no passado.

Os resultados sugerem que a variável “Conservadorismo social” tem influencia na variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+” ( $\beta = 0.065$ ,  $p\text{-value} = 0.008$ ), suportando a H6. Compreende-se, ainda, que a variável “Conservadorismo social” é a que menos influencia a variável “Atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+”, revelado pelo valor de coeficiente de caminho superior ( $\beta = 0.065$ ).

O conservadorismo social influencia negativamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+. Portanto, estes resultados confirmam a investigação de Rye et al (2019), que demonstra que o conservadorismo social desempenha um papel importante na formação de crenças transfóbicas. O mesmo estudo considera a religiosidade como um fator influente, as pessoas que seguem religiões mais conservadoras ou que interpretam as suas crenças religiosas de maneira conservadora, podem ser mais propensas a manter crenças transfóbicas. Os ensinamentos religiosos conservadores podem, portanto, contribuir para atitudes negativas em relação à comunidade LGBTQIA+.

O conservadorismo social desempenha um papel significativo na formação das atitudes negativas em relação à comunidade LGBTQIA+ devido à sua ênfase em valores tradicionais, resistência a mudanças sociais, estigmas religiosos e culturais, que também desempenham papéis importantes na formação dessas atitudes (Choe et al., 2019). Evidencia-se, também, que pessoas com posições políticas mais conservadoras, podem ser mais propensas a manter atitudes negativas em relação à comunidade LGBTQIA+ (López-Sáez et al., 2020). Estas atitudes negativas podem criar barreiras para a aceitação, inclusão e igualdade desta comunidade. O conservadorismo social pode perpetuar estigmas e preconceitos em relação à comunidade LGBTQIA+, manifestando-se em discursos homofóbicos, transfóbicos ou em esforços para negar a igualdade de direitos. No entanto, a educação e a exposição a informações inclusivas podem atenuar essas atitudes, sugerindo que a sensibilização e intervenções educacionais são importantes para promover a tolerância e a aceitação (Rye et al., 2019).

## **CONCLUSÕES**

## 5. Conclusões

Com o intuito de compreender o impacto que as campanhas de literacia de identidade de género e combate à intolerância e preconceito tem no público, este estudo integrou um método que combinou técnicas de *text mining* com análise estatística em PLS-SEM, analisando 4.314 comentários feitos por utilizadores de redes sociais à campanha "ABCLGBTQIA+, Aprender Faz Parte".

Os resultados alcançados sugerem que a desinformação afeta negativamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+ perpetuando estereótipos negativos, que alimentam a discriminação e o preconceito. É fundamental, por isso, discutir a desinformação partilhando informações precisas baseadas em evidências sobre a comunidade LGBTQIA+, *“pois a ambiguidade das fontes muitas vezes dificulta ou mesmo impossibilita apurar as intenções por trás do conteúdo que é produzido e divulgado”* (Strand & Svensson, 2022, p. 112). Esta discussão pode ser realizada através da divulgação de campanhas pedagógicas, com narrativas positivas e inclusivas que desafiem os estereótipos e preconceitos existentes.

Percebeu-se que a redução do preconceito influencia positivamente as atitudes relativas à comunidade LGBTQIA+, uma vez que promove a tolerância e a aceitação. O combate da ignorância, por meio de campanhas que promovam a literacia da identidade de género, leva à normalização da diversidade, reduzindo o preconceito. O apoio social constitui, também, um impacto positivo nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+, reduzindo o estigma e a homofobia. Compreender as questões enfrentadas pela comunidade LGBTQIA+ pode permitir ao público adotar atitudes mais empáticas em relação a eles, demonstrar que as suas identidades são respeitadas e consideradas, possibilita a redução do estigma e da discriminação. Potenciar comportamentos favoráveis, como o apoio social e a redução do preconceito, através da literacia de igualdade de género, tem consequências positivas na qualidade de vida das pessoas LGBTQIA+, promovendo uma sociedade mais inclusiva, igualitária e respeitosa.

A intolerância e o conservadorismo social mostram, neste estudo, ter influência negativa nas atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+. Estes comportamentos desfavoráveis podem ser atenuados através de intervenções educacionais de sensibilização, sendo *“necessário não só pensar em medidas destinadas a proteger a comunidade dos ataques de que é alvo nas redes sociais, mas também em como promover histórias positivas de impacto, tanto por parte das comunidades LGBTQIA+ como dos seus aliados, que impulsionem o debate promotor.”* (Relatório Pride, 2023, p. 9).

A intolerância e a utilização de linguagem negativa e estigmatizante fomentam um ambiente hostil e de rejeição para a comunidade LGBTQIA+. As atitudes negativas e a resistência às mudanças sociais advêm, habitualmente, do conservadorismo social, criando barreiras à aceitação, à inclusão e à igualdade das pessoas LGBTQIA+. O conservadorismo social pode levar à perpetuação de estigmas e preconceitos, manifestado em discursos homofóbicos, negando a igualdade de direitos da comunidade LGBTQIA+.

É importante notar que este estudo não mostra evidências de que as práticas de apoio influenciem positivamente as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+, enquanto as outras evidências permitem essa inferência. As práticas de apoio desempenham um papel importante na aceitação da comunidade LGBTQIA+, assim o resultado deste estudo mostra a necessidade da educação e consciencialização contínua sobre as questões LGBTQIA+, potenciando a promoção da igualdade e da aceitação desta comunidade.

Corroborando os resultados obtidos neste estudo, as campanhas de literacia são consideradas uma boa ferramenta para combater o preconceito em todas as suas formas, bem como de consciencialização pública sobre o estigma em relação às pessoas LGBTQIA+ (Bos et al., 2013).

Os resultados desta pesquisa podem oferecer *insights* importantes para a criação de campanhas cujo objetivo seja promover a alteração de atitudes discriminatórias em relação à comunidade LGBTQIA+, uma vez que identificam desafios como o preconceito e o conservadorismo social. Com base nos dados deste estudo, as mensagens das campanhas podem ser estrategicamente formuladas de maneira a repercutir no público uma maior consciencialização da importância da promoção da igualdade, da aceitação e dos direitos da comunidade LGBTQIA+, bem como do impacto das suas atitudes no bem-estar das pessoas que fazem parte desta comunidade.

Além disso, este estudo ressalta a relevância da pesquisa constante das estratégias de comunicação e educação, visando promover a inclusão, combater a desinformação e melhorar a qualidade de vida das pessoas LGBTQIA+.

### **5.1. Contribuições teóricas**

Este estudo enriquece a pesquisa em comunicação relacionada com causas sociais, fornecendo uma compreensão empírica sobre a temática LGBTQIA+ e seu impacto nas atitudes do público em relação a esta comunidade, acrescentando contribuições teóricas adicionais. Este estudo contribui com informações atualizadas, utilizando análises *online* para enriquecer a literatura, capturando a essência das reações do público a uma campanha de igualdade de género,

combate à intolerância e ao preconceito. Foram identificados fatores-chave que influenciam as atitudes do público em relação à comunidade LGBTQIA+, incluindo desinformação, intolerância, conservadorismo social, redução do preconceito e apoio social. Contribuímos para a compreensão das barreiras à mudança de atitude, como o preconceito e o conservadorismo social, que podem ser obstáculos para a promoção da igualdade e aceitação e a relevância da redução do preconceito e do apoio social na promoção de atitudes mais positivas em relação à comunidade LGBTQIA+. Acrescentar pesquisa sobre as atitudes em relação à comunidade LGBTQIA+, pode estimular o interesse em realizar estudos adicionais e análises mais aprofundadas sobre o tema, permitindo que o assunto se mantenha interessante para a comunidade científica.

## **5.2. Contribuições práticas**

Esta pesquisa pode atuar como um catalisador para ajudar os profissionais de comunicação a tomar decisões eficazes na criação de campanhas de conscientização que promovam a igualdade, aceitação e redução de atitudes discriminatórias em relação a pessoas LGBTQIA+, frequentemente vítimas de intolerância e discriminação. Os dados da pesquisa podem, ainda, ser relevantes para orientar esforços práticos na criação de programas educacionais de conscientização sobre questões LGBTQIA+, ajudando a combater estereótipos e preconceitos. Os dados recolhidos a partir de comentários nas plataformas de redes sociais fornecem uma base empírica sólida para a orientar escolhas em campanhas futuras.

## **5.3. Limitações e pesquisas futuras**

Embora o presente estudo ofereça resultados significativos para a literatura existente, existem algumas limitações que devem ser consideradas em pesquisas futuras. A primeira limitação observada neste estudo estará relacionada com a forma como foram recolhidos os comentários, que podem não refletir a diversidade total e completa das opiniões do público. As pessoas podem estar mais propensas a expressar opiniões extremas ou polarizadas num ambiente *online*, o que pode não representar as suas opiniões reais fora desse ambiente. A segunda, embora o dicionário utilizado tenha sido validado com base nas contribuições de um painel de quatro especialistas independentes, está relacionada com as definições do dicionário que

podem ser influenciadas pela subjetividade humana, sendo importante interpretar os resultados com algum cuidado. Por fim, o tamanho da amostra que pode não representar adequadamente a diversidade de opiniões e características da população.

Pesquisas futuras são necessárias para aprofundar a compreensão das atitudes do público em relação à comunidade LGBTQIA+, permitindo orientar ações que promovam a igualdade, a aceitação e a inclusão desta comunidade na sociedade. Estudos futuros poderiam analisar como a exposição regular a campanhas de literacia de identidade de género influenciam as práticas de apoio LGBTQIA+ e a redução do preconceito. Da mesma forma, examinar comparativamente a reação às campanhas por membros e não membros da comunidade LGBTQIA+. Todos dos estudos adicionais podem ajudar a ampliar a representatividade da comunidade LGBTQIA+ nas pesquisas, assegurando que as vozes de grupos minoritários sejam ouvidas, beneficiando não só esta comunidade como a sociedade como um todo.

## **BIBLIOGRAFIA**

## Bibliografia

- Abbas, J., Aman, J., Nurunnabi, M., & Bano, S. (2019). The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan. *Sustainability*, 11(6), 1683. <https://doi.org/10.3390/su11061683>
- Aïmeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30. <https://doi.org/10.1007/s13278-023-01028-5>
- Al-Dmour, H., Masa'deh, R., Salman, A., Abuhashesh, M., & Al-Dmour, R. (2020). Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes: Integrated model. *Journal of Medical Internet Research*, 22(8). <https://doi.org/10.2196/19996>
- Alichie, B. (2022). Communication at the margins: Online homophobia from the perspectives of LGBTQ + social media users. *Journal of Human Rights*, 0(0), 1–15. <https://doi.org/10.1080/14754835.2022.2104116>
- Alonso, C., Brandão, C., & Gonçalves, S. (2021). *Como a pandemia COVID-19 afetou o setor da restauração em Portugal - Análise temática qualitativa com o apoio do MaxQDA* (Vol. 9, pp. 312–319). <https://doi.org/10.36367/ntqr.9.2021.312-319>
- Allen, L., Cowie, L., & Fenaughty, J. (2020). Safe but not safe: LGBTTIQA+ students' experiences of a university campus. *Higher Education Research & Development*, 39(6), 1075–1090. <https://doi.org/10.1080/07294360.2019.1706453>
- Amazeen, M. A., & Bucy, E. P. (2019). Conferring Resistance to Digital Disinformation: The Inoculating Influence of Procedural News Knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 415–432. <https://doi.org/10.1080/08838151.2019.1653101>
- Ashraf, N., Taha, M., Abd Elfattah, A., & Nayel, H. (2022). NAYEL @LT-EDI-ACL2022: Homophobia/Transphobia Detection for Equality, Diversity, and Inclusion using SVM. *Proceedings of the Second Workshop on Language Technology for Equality, Diversity and Inclusion*, 287–290. <https://doi.org/10.18653/v1/2022.ltedi-1.42>
- Austin, E. W., Borah, P., Austin, B. W., Smith, C. L., Amram, O., Domgaard, S., McPherson, S. M., & Willoughby, J. F. (2023). Media literacy's role in the mitigation of disinformation effects on substance misuse. *Journal of Substance Use*, 00(00), 1–7. <https://doi.org/10.1080/14659891.2023.2183150>
- Ayoub, P. M., & Garretson, J. (2017). Getting the Message Out: Media Context and Global Changes in Attitudes Toward Homosexuality. *Comparative Political Studies*, 50(8), 1055–1085. <https://doi.org/10.1177/0010414016666836>
- Bain, A. L., & Podmore, J. A. (2021). Placing LGBTQ+ urban activism. *Urban Studies*, 58(7), 1305–1326. <https://doi.org/10.1177/0042098020986048>
- Bergamaschi, A., Blaya, C., Arcidiacono, F., & Steff, J. (2022). Blatant and subtle prejudice, and the role of teachers in conveying tolerance and respect for the Other. *Intercultural Education*, 33(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/14675986.2021.2017643>
- Bos, A. E. R., Pryor, J. B., Reeder, G. D., & Stutterheim, S. E. (2013). Stigma: Advances in Theory and Research. *Basic and Applied Social Psychology*, 35(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/01973533.2012.746147>

- Budge, J. (2023). Are More Educated States More Gay-Friendly? How the Increase in College Attainment Promotes Acceptance of Gay Men and Lesbians. *The Sociological Quarterly*, 64(4), 541–563. <https://doi.org/10.1080/00380253.2023.2189465>
- Byrd, G. A., & Zhang, Y. B. (2020). Perceptions of Interability Communication in an Interpersonal Relationship and the Reduction of Intergroup Prejudice. *Western Journal of Communication*, 84(1), 19–42. <https://doi.org/10.1080/10570314.2019.1636131>
- Chakravarthi, B. R., Hande, A., Ponnusamy, R., Kumaresan, P. K., & Priyadharshini, R. (2022). How can we detect Homophobia and Transphobia? Experiments in a multilingual code-mixed setting for social media governance. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100119. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100119>
- Chen, Y. A., & Zhang, Y. B. (2022). Parasocial Relationship and Reduction of Intergroup Prejudice against the Chinese LGBT Community: Intergroup Anxiety and Direct Contact. *Communication Studies*, 73(4), 397–411. <https://doi.org/10.1080/10510974.2022.2113415>
- Chintalapudi, N., Battineni, G., Canio, M. Di, Sagaro, G. G., & Amenta, F. (2021). Text mining with sentiment analysis on seafarers' medical documents. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(1), 100005. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2020.100005>
- Choe, E., Srisarajivakul, E., Davis, D. E., DeBlaere, C., Van Tongeren, D. R., & Hook, J. N. (2019). Predicting Attitudes towards Lesbians and Gay Men: The Effects of Social Conservatism, Religious Orientation, and Cultural Humility. *Journal of Psychology and Theology*, 47(3), 175–186. <https://doi.org/10.1177/0091647119837017>
- Ciszek, E. L. (2017). Advocacy Communication and Social Identity: An Exploration of Social Media Outreach. *Journal of Homosexuality*, 64(14), 1993–2010. <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1293402>
- Collister, S. (2015). Critical management studies and the management of desire. In *The Routledge Handbook of Critical Public Relations* (pp. 327–342). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315852492-33>
- Comissão Europeia (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation*. <https://coinform.eu/wp-content/uploads/2019/02/EU-High%02Level-Group-on-Disinformation-A-multi-dimensionalap%02proachtodisinformation.pdf>
- Costa, P. A., Carneiro, F. A., Esposito, F., D'Amore, S., & Green, R.-J. (2018). Sexual Prejudice in Portugal: Results from the First Wave European Study on Heterosexual's Attitudes Toward Same-Gender Marriage and Parenting. *Sexuality Research and Social Policy*, 15(1), 99–110. <https://doi.org/10.1007/s13178-017-0292-y>
- Cramwinckel, F. M., Scheepers, D. T., Wilderjans, T. F., & de Rooij, R.-J. B. (2021). Assessing the Effects of a Real-Life Contact Intervention on Prejudice Toward LGBT People. *Archives of Sexual Behavior*, 50(7), 3035–3051. <https://doi.org/10.1007/s10508-021-02046-0>
- Darakchi, S. (2019). “The Western Feminists Want to Make Us Gay”: Nationalism, Heteronormativity, and Violence Against Women in Bulgaria in Times of “Anti-gender Campaigns.” *Sexuality & Culture*, 23(4), 1208–1229. <https://doi.org/10.1007/s12119-019-09611-9>
- Dean, E. (2016). Zero tolerance for unhealthy attitudes. *Nursing Standard*, 30(23), 18–20. <https://doi.org/10.7748/ns.30.23.18.s21>

- DeHaan, S., Kuper, L. E., Magee, J. C., Bigelow, L., & Mustanski, B. S. (2013). The Interplay between Online and Offline Explorations of Identity, Relationships, and Sex: A Mixed-Methods Study with LGBT Youth. *The Journal of Sex Research, 50*(5), 421–434. <https://doi.org/10.1080/00224499.2012.661489>
- Dotti Sani, G. M., & Quaranta, M. (2022). Mapping Changes in Attitudes towards Gays and Lesbians in Europe: An Application of Diffusion Theory. *European Sociological Review, 38*(1), 124–137. <https://doi.org/10.1093/esr/jcab032>
- Dupuis, M. J., & Williams, A. (2019). The spread of disinformation on the web: An examination of memes on social networking. *Proceedings - 2019 IEEE SmartWorld, Ubiquitous Intelligence and Computing, Advanced and Trusted Computing, Scalable Computing and Communications, Internet of People and Smart City Innovation, SmartWorld/UIC/ATC/SCALCOM/IOP/SCI 2019, 1412–1418*. <https://doi.org/10.1109/SmartWorld-UIC-ATC-SCALCOM-IOP-SCI.2019.00256>
- Edelman, B., Luca, M., & Svirsky, D. (2017). Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment. *American Economic Journal: Applied Economics, 9*(2), 1–22. <https://doi.org/10.1257/app.20160213>
- Faulkner, N. (2018). “Put Yourself in Their Shoes”: Testing Empathy’s Ability to Motivate Cosmopolitan Behavior. *Political Psychology, 39*(1), 217–228. <https://doi.org/10.1111/pops.12411>
- Fletcher, L., & Everly, B. A. (2021). Perceived lesbian, gay, bisexual, and transgender (LGBT) supportive practices and the life satisfaction of LGBT employees: The roles of disclosure, authenticity at work, and identity centrality. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 94*(3), 485–508. <https://doi.org/10.1111/joop.12336>
- Foxnewsroom.lift.com.pt. (2022, March 9). *No Title Vamos aprender mais sobre a comunidade LGBTQIA+*. <https://foxnewsroom.lift.com.pt/193732-vamos-aprender-mais-sobre-a-comunidade-lgbtqia>
- Fry, K. M., Grzanka, P. R., Miles, J. R., & DeVore, E. N. (2020). Is Essentialism Essential? Reducing Homonegative Prejudice by Targeting Diverse Sexual Orientation Beliefs. *Archives of Sexual Behavior, 49*(5), 1725–1739. <https://doi.org/10.1007/s10508-020-01706-x>
- Furtado, A., Ramos, R. F., Maia, B., & Costa, J. M. (2022). Predictors of Hotel Clients’ Satisfaction in the Cape Verde Islands. *Sustainability, 14*(5), 2677. <https://doi.org/10.3390/su14052677>
- Ghabrial, M. A. (2017). “Trying to Figure Out Where We Belong”: Narratives of Racialized Sexual Minorities on Community, Identity, Discrimination, and Health. *Sexuality Research and Social Policy, 14*(1), 42–55. <https://doi.org/10.1007/s13178-016-0229-x>
- Górska, P., & Tausch, N. (2022). People or Ideology? Social Conservatism and Intergroup Contact Moderate Heterosexuals’ Responses to a State-sponsored Anti-LGBT Campaign. *Sexuality Research and Social Policy, 0123456789*. <https://doi.org/10.1007/s13178-022-00783-y>
- Grant, C. A. (2018). A better multicultural society: woke citizenship and multicultural activism. *Multicultural Education Review, 10*(4), 327–333. <https://doi.org/10.1080/2005615X.2018.1532225>

- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109(August 2019), 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019b). Partial least squares structural equation modeling-based discrete choice modeling: an illustration in modeling retailer choice. *Business Research*, 12(1), 115–142. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0072-4>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019a). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hale, A. E., Chertow, S. Y., Weng, Y., Tabuenca, A., & Aye, T. (2021). Perceptions of Support Among Transgender and Gender-Expansive Adolescents and Their Parents. *Journal of Adolescent Health*, 68(6), 1075–1081. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2020.11.021>
- Hall, D. L., Matz, D. C., & Wood, W. (2010). Why Don't We Practice What We Preach? A Meta-Analytic Review of Religious Racism. *Personality and Social Psychology Review*, 14(1), 126–139. <https://doi.org/10.1177/1088868309352179>
- Hall, W. J. (2018). Psychosocial Risk and Protective Factors for Depression Among Lesbian, Gay, Bisexual, and Queer Youth: A Systematic Review. *Journal of Homosexuality*, 65(3), 263–316. <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1317467>
- Hamada, M. A., & Naizabayeva, L. (2020). Decision Support System with K-Means Clustering Algorithm for Detecting the Optimal Store Location Based on Social Network Events. *2020 IEEE European Technology and Engineering Management Summit (E-TEMS)*, 1–4. <https://doi.org/10.1109/E-TEMS46250.2020.9111758>
- Henderson, E. R., Sang, J. M., Louth-Marquez, W., Egan, J. E., Espelage, D., Friedman, M., & Coulter, R. W. S. (2022). “Words Aren’t Supposed to Hurt, But They Do”: Sexual and Gender Minority Youth’s Bullying Experiences. *Journal of Interpersonal Violence*, 37(11–12), NP8747–NP8766. <https://doi.org/10.1177/0886260520978199>
- HLEG. (2018). Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2759/739290>
- Hsieh, W., Faulkner, N., & Wickes, R. (2022). What reduces prejudice in the real world? A meta-analysis of prejudice reduction field experiments. *British Journal of Social Psychology*, 61(3), 689–710. <https://doi.org/10.1111/bjso.12509>
- Htun, M., & Weldon, S. L. (2015). Civic Origins of Progressive Policy Change: Combating Violence against Women in Global Perspective, 1975-2005 - CORRIGENDUM. *American Political Science Review*, 109(1), 201. <https://doi.org/10.1017/S0003055415000015>
- Hull, S. J., Davis, C. R., Hollander, G., Gasiorowicz, M., Jeffries, W. L., Gray, S., Bertolli, J., & Mohr, A. (2017). Evaluation of the Acceptance Journeys Social Marketing Campaign to Reduce Homophobia. *American Journal of Public Health*, 107(1), 173–179. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2016.303528>
- Hürriyetoğlu, A., Tanev, H., Zavarella, V., Piskorski, J., Yeniterzi, R., Yuret, D., & Villavicencio, A. (2021). Challenges and Applications of Automated Extraction of Socio-political Events from Text (CASE 2021): Workshop and Shared Task Report. *Proceedings of the 4th Workshop on Challenges and Applications of Automated Extraction of Socio-Political Events from Text (CASE 2021)*, Case, 1–9. <https://doi.org/10.18653/v1/2021.case-1.1>

- Kapantai, E., Christopoulou, A., Berberidis, C., & Peristeras, V. (2021). A systematic literature review on disinformation: Toward a unified taxonomical framework. *New Media & Society*, 23(5), 1301–1326. <https://doi.org/10.1177/1461444820959296>
- Karim, S., Choukas-Bradley, S., Radovic, A., Roberts, S. R., Maheux, A. J., & Escobar-Viera, C. G. (2022). Support over Social Media among Socially Isolated Sexual and Gender Minority Youth in Rural U.S. during the COVID-19 Pandemic: Opportunities for Intervention Research. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(23), 15611. <https://doi.org/10.3390/ijerph192315611>
- Keng, T.-E., & Cheng, M.-Y. (2023). How do Researchers Use Social Media for Science Communication? *Bulletin of Science, Technology & Society*, 027046762311656. <https://doi.org/10.1177/02704676231165654>
- Kivikangas, J. M., Fernández-Castilla, B., Järvelä, S., Ravaja, N., & Lönnqvist, J.-E. (2021). Moral foundations and political orientation: Systematic review and meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 147(1), 55–94. <https://doi.org/10.1037/bul0000308>
- Kroneman, M., Admiraal, W., & Ketelaars, M. (2019). A peer–educator intervention: Attitudes towards LGB in prevocational secondary education in the Netherlands. *Journal of LGBT Youth*, 16(1), 62–82. <https://doi.org/10.1080/19361653.2018.1531101>
- Kroneman, M., Admiraal, W., & Kleistra, Y. (2022). Attitudes toward LGB peers and students' citizenship competences: peer education for a double purpose? *Journal of LGBT Youth*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/19361653.2022.2063218>
- Lazer, D. M. J., Sunstein, C. R., Schudson, M., Benkler, Y., Zittrain, J. L., Thorson, E. A., Watts, D. J., Baum, M. A., Nyhan, B., Pennycook, G., Metzger, M. J., Greenhill, K. M., Berinsky, A. J., Menczer, F., Sloman, S. A., & Rothschild, D. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <http://www.sciencemag.org/lookup/doi/10.1126/science.aao2998>
- Lemos, C., Ramos, R. F., Moro, S., & Oliveira, P. M. (2022). Stick or Twist—The Rise of Blockchain Applications in Marketing Management. *Sustainability*, 14(7), 4172. <https://doi.org/10.3390/su14074172>
- Lissitsa, S., & Kushnirovich, N. (2020). Is negative the new positive? Secondary transfer effect of exposure to LGBT portrayals in TV entertainment programs. *Journal of Applied Social Psychology*, 50(2), 115–130. <https://doi.org/10.1111/jasp.12644>
- Lissitsa, S., & Kushnirovich, N. (2021). Coevolution between Parasocial Interaction in Digital Media and Social Contact with LGBT People. *Journal of Homosexuality*, 68(14), 2509–2532. <https://doi.org/10.1080/00918369.2020.1809891>
- López-Sáez, M. Á., García-Dauder, D., & Montero, I. (2020). Correlate Attitudes Toward LGBT and Sexism in Spanish Psychology Students. *Frontiers in Psychology*, 11(August), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.02063>
- Lozano-Verduzco, I., Fernández-Niño, J. A., & Baruch-Domínguez, R. (2017). Association between internalized homophobia and mental health indicators in LGBT individuals in Mexico City. *Salud Mental*, 40(5), 219–226. <https://doi.org/10.17711/SM.0185-3325.2017.028>
- Manalastas, E. J., Ojanen, T. T., Torre, B. A., Ratanashevorn, R., Hong, B. C. C., Kumaresan, V., & Veeramuthu, V. (2017). *Homonegativity in southeast Asia: Attitudes toward lesbians and gay men in Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam*. Asia-

- Pacific Social Science Review, 17(1), 25-33.
- Marques, R. P., & Batista, J. (2017). Information and Communication Overload in the Digital Age. In R. P. F. Marques & J. C. L. Batista (Eds.), *X Encontro de CTDI: Sobrecarga Informacional e Infopoliuição: visões individuais e organizacionais* (Issue June 2016). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2061-0>
- Masi, C. M., Chen, H.-Y., Hawkley, L. C., & Cacioppo, J. T. (2011). A Meta-Analysis of Interventions to Reduce Loneliness. *Personality and Social Psychology Review*, 15(3), 219–266. <https://doi.org/10.1177/1088868310377394>
- Meel, P., & Vishwakarma, D. K. (2020). Fake news, rumor, information pollution in social media and web: A contemporary survey of state-of-the-arts, challenges and opportunities. *Expert Systems with Applications*, 153, 112986. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.112986>
- Moro, S., & Rita, P. (2018). Brand strategies in social media in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 343–364. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2016-0340>
- Noga-Styron, K. E., Reasons, C. E., & Peacock, D. (2012). The last acceptable prejudice: an overview of LGBT social and criminal injustice issues within the USA. *Contemporary Justice Review*, 15(4), 369–398. <https://doi.org/10.1080/10282580.2012.734564>
- Oswin, N. (2015). World, City, Queer. *Antipode*, 47(3), 557–565. <https://doi.org/10.1111/anti.12142>
- Oyamot, C. M., Jackson, M. S., Fisher, E. L., Deason, G., & Borgida, E. (2017). Social Norms and Egalitarian Values Mitigate Authoritarian Intolerance Toward Sexual Minorities. *Political Psychology*, 38(5), 777–794. <https://doi.org/10.1111/pops.12360>
- Paluck, E. L., Porat, R., Clark, C. S., & Green, D. P. (2021). Prejudice Reduction: Progress and Challenges. *Annual Review of Psychology*, 72(1), 533–560. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-071620-030619>
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(5), 751–783. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.5.751>
- Piccinelli, S., Moro, S., & Rita, P. (2021). Air-travelers' concerns emerging from online comments during the COVID-19 outbreak. *Tourism Management*, 85(February), 104313. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104313>
- Pride. (2023). *Discurso de Ódio e Orgulho LGBTQI+ no debate digital*. <https://ideaspt.llorenteycuencia.com/2023/06/21/discurso-de-odio-e-orgulho-lgbtqi-no-debate-digital/>
- Quezada, I. R., Pujol-Cols, L., & Lazzaro-Salazar, M. (2022). GENERAL HEALTH AND PERCEIVED/FEARED DISCRIMINATION IN THE LGBT+ COMMUNITY. *Texto & Contexto - Enfermagem*, 31, 1–19. <https://doi.org/10.1590/1980-265x-tce-2022-0130en>
- Raghavendra, P., Hutchinson, C., Grace, E., Wood, D., & Newman, L. (2018). “I like talking to people on the computer”: Outcomes of a home-based intervention to develop social media skills in youth with disabilities living in rural communities. *Research in Developmental Disabilities*, 76(March), 110–123. <https://doi.org/10.1016/j.ridd.2018.02.012>

- Ramos, R. F., Rita, P., & Moro, S. (2019). From institutional websites to social media and mobile applications: A usability perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 25(3), 138–143. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.07.001>
- Ramos, R. F., Biscaia, R., Moro, S., & Kunkel, T. (2022). Understanding the importance of sport stadium visits to teams and cities through the eyes of online reviewers. *Leisure Studies*, 00(00), 1–16. <https://doi.org/10.1080/02614367.2022.2131888>
- Redman, S. M. (2018). Effects of Same-Sex Legislation on Attitudes toward Homosexuality. *Political Research Quarterly*, 71(3), 628–641. <https://doi.org/10.1177/1065912917753077>
- Reilly, P., & Gordon, F. (2023). Can social media help end the harm? Public information campaigns, online platforms, and paramilitary-style attacks in a deeply divided society. *European Journal of Communication*, 38(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/02673231221101865>
- Ribeiro-Gonçalves, J. A., Pereira, H., Costa, P. A., Leal, I., & de Vries, B. (2022). Loneliness, Social Support, and Adjustment to Aging in Older Portuguese Gay Men. *Sexuality Research and Social Policy*, 19(1), 207–219. <https://doi.org/10.1007/s13178-021-00535-4>
- Richter, N. F., Schubring, S., Hauff, S., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). When predictors of outcomes are necessary: guidelines for the combined use of PLS-SEM and NCA. *Industrial Management & Data Systems*, 120(12), 2243–2267. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2019-0638>
- Rimmer, S. E., Cohn, T. J., Hastings, S. L., Steele, J. C., & Woods, C. (2022). Does social support moderate the relationship between gender minority stress and suicide within a sample of transgender and gender diverse people? *Journal of Gay & Lesbian Mental Health*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1080/19359705.2021.1997855>
- Rita, P., Ramos, R., Borges-Tiago, M. T., & Rodrigues, D. (2022). Impact of the rating system on sentiment and tone of voice: A Booking.com and TripAdvisor comparison study. *International Journal of Hospitality Management*, 104(May), 103245. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103245>
- Rosa, F. A., Magalhães, M. J., Rodríguez-Castro, Y., & Lopez, R. (2018). Prevention of gender violence and working against LGBT prejudices: The intersection between collective action and institutional dynamics. *International Journal of Iberian Studies*, 31(1), 45–61. [https://doi.org/10.1386/ijis.31.1.45\\_1](https://doi.org/10.1386/ijis.31.1.45_1)
- Rueger, S. Y., Malecki, C. K., Pyun, Y., Aycock, C., & Coyle, S. (2016). A meta-analytic review of the association between perceived social support and depression in childhood and adolescence. *Psychological Bulletin*, 142(10), 1017–1067. <https://doi.org/10.1037/bul0000058>
- Rye, B. J., Merritt, O. A., & Straatsma, D. (2019). Individual difference predictors of transgender beliefs: Expanding our conceptualization of conservatism. *Personality and Individual Differences*, 149(November 2018), 179–185. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.05.033>
- Sagarin, B. J., Cialdini, R. B., Rice, W. E., & Serna, S. B. (2002). Dispelling the illusion of invulnerability: The motivations and mechanisms of resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 526–541. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.3.526>

- Santos, H., da Silva, S. M., & Menezes, I. (2018). From liberal acceptance to intolerance: Discourses on sexual diversity in schools by Portuguese young people. *Journal of Social Science Education*, 17(1), 55–65. <https://doi.org/10.4119/UNIBI/jsse-v17-i1-1655>
- Scandurra, C., Picariello, S., Valerio, P., & Amodeo, A. L. (2017). Sexism, homophobia and transphobia in a sample of Italian pre-service teachers: the role of socio-demographic features. *Journal of Education for Teaching*, 43(2), 245–261. <https://doi.org/10.1080/02607476.2017.1286794>
- Schmader, T., & Sedikides, C. (2018). State Authenticity as Fit to Environment: The Implications of Social Identity for Fit, Authenticity, and Self-Segregation. *Personality and Social Psychology Review*, 22(3), 228–259. <https://doi.org/10.1177/1088868317734080>
- Sebastian, F., & M.C., M. (2022). Cause-Related Marketing and Attitude Toward Corporate Image: An Experimental Study. *SAGE Open*, 12(4), 215824402211388. <https://doi.org/10.1177/21582440221138813>
- Sidiropoulou, K., Drydakakis, N., Harvey, B., & Paraskevopoulou, A. (2019). Family support, school-age and workplace bullying for LGB people. *International Journal of Manpower*, 41(6), 717–730. <https://doi.org/10.1108/IJM-03-2019-0152>
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K.-C., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9(1), 4787. <https://doi.org/10.1038/s41467-018-06930-7>
- Silva, J. C. P. da, Cardoso, R. R., Cardoso, Â. M. R., & Gonçalves, R. S. (2021). Diversidade sexual: uma leitura do impacto do estigma e discriminação na adolescência. *Ciência & Saúde Coletiva*, 26(7), 2643–2652. <https://doi.org/10.1590/1413-81232021267.08332021>
- Smolak-Lozano, E., Balonas, S., & Ruão, T. (2020). Public relations strategies in social media: analysis of campaigns for social change in the education sector in Spain and Portugal As estratégias de relações públicas nos média. *Comunicação e Sociedade*, 2020(February 2021), 175–196. [https://doi.org/10.17231/comsoc.0\(2020\).2746](https://doi.org/10.17231/comsoc.0(2020).2746)
- Sobande, F., Kanai, A., & Zeng, N. (2022). The hypervisibility and discourses of ‘wokeness’ in digital culture. *Media, Culture & Society*, 44(8), 1576–1587. <https://doi.org/10.1177/01634437221117490>
- Song, R., Giunchiglia, F., Li, Y., Shi, L., & Xu, H. (2023). Measuring and mitigating language model biases in abusive language detection. *Information Processing & Management*, 60(3), 103277. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2023.103277>
- Starbird, K., Arif, A., & Wilson, T. (2019). Disinformation as Collaborative Work. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1–26. <https://doi.org/10.1145/3359229>
- Strand, C., & Svensson, J. (2022). Foreign Norm Entrepreneurs’ Misinformation and Disinformation Narratives on LGBT+ Rights in Europe. *Medijska Istraživanja*, 28(2), 109–132. <https://doi.org/10.22572/mi.28.2.5>
- Sufi, F. K. (2022). Identifying the drivers of negative news with sentiment, entity and regression analysis. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1), 100074. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100074>
- Sumerau, J. E., Grollman, E. A., & Cragun, R. T. (2018). “Oh My God, I Sound Like a Horrible Person”: Generic Processes in the Conditional Acceptance of Sexual and Gender Diversity. *Symbolic Interaction*, 41(1), 62–82. <https://doi.org/10.1002/symb.326>

- Sutton, A. (2020). Living the good life: A meta-analysis of authenticity, well-being and engagement. *Personality and Individual Differences*, 153(October 2018), 109645. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109645>
- Tavits, M., & Pérez, E. O. (2019). Language influences mass opinion toward gender and LGBT equality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(34), 16781–16786. <https://doi.org/10.1073/pnas.1908156116>
- Tombleson, B., & Wolf, K. (2017). Rethinking the circuit of culture: How participatory culture has transformed cross-cultural communication. *Public Relations Review*, 43(1), 14–25. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.10.017>
- Vehovar, V., & Jontes, D. (2021). Hateful and Other Negative Communication in Online Commenting Environments: Content, Structure and Targets. *Acta Informatica Pragensia*, 10(3), 257–274. <https://doi.org/10.18267/j.aip.165>
- Van den Bosch, R., Taris, T. W., Schaufeli, W. B., Peeters, M. C. W., & Reijseger, G. (2019). Authenticity at Work: A Matter of Fit? *The Journal of Psychology*, 153(2), 247–266. <https://doi.org/10.1080/00223980.2018.1516185>
- Von Humboldt, S., & Leal, I. (2015). The Old and the Oldest-old: Do They Have Different Perspectives on Adjustment to Aging? *International Journal of Gerontology*, 9(3), 156–160. <https://doi.org/10.1016/j.ijge.2015.04.002>
- Wade, R. M., Bouris, A. M., Neilands, T. B., & Harper, G. W. (2022). Racialized Sexual Discrimination (RSD) and Psychological Wellbeing among Young Sexual Minority Black Men (YSMBM) Who Seek Intimate Partners Online. *Sexuality Research and Social Policy*, 19(3), 1341–1356. <https://doi.org/10.1007/s13178-021-00676-6>
- Walther, J. B. (2022). Social media and online hate. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101298. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.010>
- Wang, Y., Hu, Z., Peng, K., Rechdan, J., Yang, Y., Wu, L., Xin, Y., Lin, J., Duan, Z., Zhu, X., Feng, Y., Chen, S., Ou, J., & Chen, R. (2020). Mapping out a spectrum of the Chinese public's discrimination toward the LGBT community: results from a national survey. *BMC Public Health*, 20(1), 669. <https://doi.org/10.1186/s12889-020-08834-y>
- Wang, Y., Li, J., Chan, H. P., King, I., Lyu, M. R., & Shi, S. (2019). Topic-Aware Neural Keyphrase Generation for Social Media Language. *Proceedings of the 57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics*, 2516–2526. <https://doi.org/10.18653/v1/P19-1240>
- Whitley, B. E., & Lee, S. E. (2000). The Relationship of Authoritarianism and Related Constructs to Attitudes Toward Homosexuality<sup>1</sup>. *Journal of Applied Social Psychology*, 30(1), 144–170. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2000.tb02309.x>
- Webster, J. R., Adams, G. A., Maranto, C. L., Sawyer, K., & Thoroughgood, C. (2018). Workplace contextual supports for LGBT employees: A review, meta-analysis, and agenda for future research. *Human Resource Management*, 57(1), 193–210. <https://doi.org/10.1002/hrm.21873>
- Yeo, J.-Y., Ting, S.-H., & Jerome, C. (2023). A Bibliometric Analysis of the Research on Social Attitudes Towards LGBT Community (2002–2022). *Journal of Homosexuality*, 00(00), 1–19. <https://doi.org/10.1080/00918369.2023.2186761>

- Zampieri, M., Nakov, P., Rosenthal, S., Atanasova, P., Karadzhov, G., Mubarak, H., Derczynski, L., Pitenis, Z., & Çöltekin, Ç. (2020). SemEval-2020 Task 12: Multilingual Offensive Language Identification in Social Media (OffensEval 2020). *Proceedings of the Fourteenth Workshop on Semantic Evaluation, OffensEval*, 1425–1447.  
<https://doi.org/10.18653/v1/2020.semeval-1.188>
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J., & Kourtellis, N. (2019). The Web of False Information. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), 1–37.  
<https://doi.org/10.1145/3309699>
- Zhou, A. (2021). Communicating corporate LGBTQ advocacy: A computational comparison of the global CSR discourse. *Public Relations Review*, 47(4), 102061.  
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102061>

