

Dinâmicas de Género em Aplicações Móveis

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.82.2>

Eduardo Antunes

Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação, Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra, Portugal
<https://orcid.org/0000-0003-1372-8052>
eduardo.antunes@fl.uc.pt

Resumo

A evolução dos média e dispositivos tecnológicos e comunicacionais, como as aplicações móveis, requer o reconhecimento de que em paralelo, nessas tecnologias, se desenvolvem dinâmicas com base em fatores identitários, como é o género. As dinâmicas de género nas aplicações móveis refletem sistemas de opressão, influenciando a vida das pessoas e perpetuando modelos tendencialmente binários de desequilíbrios de poder. Aqui aborda-se a disputa digital pela visibilidade e inclusividade de identidades de género além do binarismo, apesar de se reconhecer a escassez de abordagens inclusivas nos estudos. Frequentemente, as mulheres são associadas a uma maior utilização de plataformas de média/redes sociais, potencialmente explicada pela maior orientação para relações interpessoais, mas também pela necessidade de performance social de feminilidades, nomeadamente através do fenómeno das *selfies*, que pode ser entendido como reflexo dessas construções hegemónicas culturais e estereotipadas. Quando se identificam padrões de utilização relacionados com o género, identifica-se a existência de um potencial de vício nessas tecnologias, apesar do risco do vício, como um todo, poder ser maior nos homens (Anderson et al., 2017; Chae et al., 2018), sobretudo por força das aplicações de jogos ou para fins de entretenimento. A própria preferência de características tecnológicas

dos *smartphones* pode ser influenciada pelo género, face às construções e expectativas sobre o que significa ser mulher e ser homem. De todo o modo, destaca-se a importância de conceptualizar as interações digitais considerando identidades de género além do binarismo, enfatizando-se a necessidade de construir aplicações de forma inclusiva que não fortaleçam as construções hegemónicas identificadas.

Palavras-chave

género, aplicações móveis, identidade de género, redes sociais, vício

Introdução

Muito mudou, e se perspetiva que continue a mudar, quer no que toca aos média e às tecnologias comunicacionais em geral, tal como no que toca às dinâmicas de género na sociedade em geral. Os desenvolvimentos tecnológicos e mediáticos, entre os quais a internet, fazem-se também de relações e dinâmicas específicas genderizadas que são também processos sociais, culturais, identitários e políticos. Janet Abbate (2012) tem trabalhado a forma como o género molda a programação computacional, analisando as experiências de *developers* mulheres. Há um debate a fazer quanto à diversidade de género no ambiente mediático digital, tal como questões e responsabilidades a apurar. Este capítulo tem em conta a centralidade das aplicações móveis no quotidiano de grande parte da população mundial (Rashid et al., 2020), estando atento ao foco científico dado por variados estudos aos padrões de utilização de aplicações móveis.

Usos Genderizados dos Espaços Digitais

A pandemia da COVID-19 trouxe um contexto de obrigatório distanciamento social que alterou a maneira como as pessoas se conectam, aumentando os consumos gerais de média digitais e aplicações móveis, possivelmente de forma a combater o isolamento corpóreo (Banerjee & Rao, 2021; Gomes et al., 2022; Lemenager et al., 2021; Nekliudov et al., 2020; Simões et al., 2022). Devido a esse isolamento, a saúde mental também ganhou relevo no período pandémico, porém, perto de uma em cada 20 pessoas entre os 18 e os 30 anos em Portugal considera as aplicações móveis de saúde mental como uma das três categorias de aplicações mais importantes – como indicam os resultados de um inquérito por questionário online representativo da população de jovens em idade adulta em Portugal (Antunes et al.,

2023). Estudos sobre a utilização de aplicações de saúde mental apontam para a tendência de estas aplicações serem sobretudo utilizadas por jovens mulheres altamente qualificadas (Bol et al., 2018; Schomakers et al., 2022; Wang et al., 2021). Schlage e Perich (2020) referem a tendência de maior utilização de aplicações de saúde mental por parte de jovens em idade adulta com histórico familiar de distúrbios do foro mental. De acordo com essa dupla autoral, destaca-se ainda a tendência de maior utilização de aplicações de saúde mental por parte também de jovens que se identificavam, a nível de género, além do binarismo, enquanto que há menores probabilidades de utilização deste tipo de aplicações por parte de homens.

Ultrapassando o contexto específico das aplicações de saúde mental, existe uma associação das mulheres às ideias de cuidado e bem-estar no âmbito digital, que são indissociáveis de um contexto cultural patriarcal e heteronormativo (Albright & Carter, 2019; Antunes et al., 2023; Comunello et al., 2020). As aplicações móveis estão inseridas e, por vezes, até constituem parte ativa de múltiplos sistemas de opressão que condicionam a vida das pessoas, as rotulam e as institucionalizam sob modelos binários de relações de poder desequilibradas em função do género (Connell & Messerschmidt, 2005; Crenshaw, 1990; Edström, 2018; Santos et al., 2020). Trabalhos como o de Radrigán e Duque (2022) apontam para a possibilidade de as mulheres procurarem espaços digitais focados nessas ideias de cuidado e bem-estar. Observam, inclusive, que esses espaços sejam considerados alternativos, até por oposição à visão das estruturas tradicionais de cuidado e bem-estar como patriarcais, sob a qual se inserem os sistemas de saúde. Nessa investigação, a análise passou por páginas e perfis digitais que, procurando a subalternização positiva, se focam em mulheres. Porém, esse entendimento de “mulher” é cis, tradicionalmente feminino e repete, por si mesmo, estruturas patriarcais e heteronormativas. Apesar de existirem dinâmicas genderizadas nessa utilização de espaços digitais e de aplicações móveis, não há, assim, nesses casos, um entendimento do género como uma construção social (Butler, 1990) ou como um conceito fluido (Amaral et al., 2020).

Indo Além do Binarismo: Visibilidade Digital

Mesmo no âmbito digital, estão enraizadas dinâmicas culturais e sociais normativas que respondem ao que é ser homem e ao que é ser mulher. As masculinidades e feminilidades hegemónicas ideais revelam-se em termos de características sociais/relacionais, mas também numa lógica corpórea (Boni, 2002). Daí que pessoas que fogem ao binarismo cis “homem-mulher”,

nomeadamente as pessoas trans, sintam a hegemonia desse mesmo binarismo no espaço digital, que as obriga a “corrigir” os seus corpos e as suas identidades (Siebler, 2012). Por outro lado, por vezes os próprios ambientes digitais são entendidos socialmente como os únicos espaços onde existem identidades diversificadas LGBTQ+, ou pelo menos onde estas se podem fazer minimamente visíveis (Alcaire, 2021).

À medida que os espaços digitais embarcam, progressivamente, mais dimensões da vida offline, as dinâmicas de género presentes nos terrenos não digitais da vida quotidiana começam a manifestar-se também em âmbitos digitais. Podem existir diferenças, por exemplo, no nível de conforto e segurança percebida por diferentes géneros no que toca à chamada *shared mobility*, isto é, uma forma híbrida entre transportes privados e transportes públicos, cujas redes logísticas se sustentam em aplicações móveis. O trabalho de Singh (2020) identifica diferentes necessidades de transporte entre mulheres e homens, afirmando que a reduzida atenção ao acesso, segurança e conforto na mobilidade das mulheres está a aumentar as diferenças de género, o que faz com que esse tipo de serviço de mobilidade seja sobretudo utilizado por homens. Ou seja, apesar das inovações tecnológicas com as quais as pessoas acedem agora a este tipo de mobilidade, na verdade, as diferenças genderizadas na forma como se utilizam os transportes são espelhadas do contexto offline para o contexto online das aplicações móveis.

As diferenças genderizadas continuam a ter correspondência no âmbito digital e tecnológico, de uma forma generalizada, usualmente estudadas sobre um ponto de vista meramente binário face à identidade de género, que resulta em observações e conclusões como a contínua preferência por tecnologias por parte dos homens, em comparação com mulheres (Cai et al., 2017). Quando se procura abordar as dinâmicas de género em terrenos digitais como as aplicações móveis, de modo a aportar uma maior inclusividade em termos de identidades de género, o corpo científico parece ainda pecar por escassez.

Em larga medida, esta disputa digital pela visibilidade que contrabalança a hegemonia normativa das dinâmicas de género aparenta fazer-se no terreno das plataformas de média/redes sociais. As plataformas de média/redes sociais são, para além de espaços digitais, objetos empresariais cujas práticas comerciais estão inseridas em modelos de negócio que constrói quem utiliza essas mesmas plataformas em mercadorias genderizadas e rentabilizadas através da publicidade (Shepherd, 2014). A própria ideia enraizada de utilizadores/as e não de audiências das plataformas de média/

redes sociais implica um sentido de agência que é mercantilizado muitas vezes com base no gênero, segundo Shepherd (2014). Esse sentido de agência digital pode também ter dimensões sociais transformadoras, sendo que para Ozkazanc-Pan (2019), a transformação das dinâmicas de gênero hegemônicas e tradicionais necessita de uma abordagem coletiva a essa agência. É assim que movimentos como o #MeToo podem ganhar dimensão, contribuindo para a sensibilização sobre o abuso sexual (Dawson, 2020; Mendes et al., 2018; Ozkazanc-Pan, 2019; Quan-Haase et al., 2021). O processo de sensibilização não se pode desassociar da disputa feminista dos tradicionais papéis masculinos do homem e dos papéis femininos da mulher. O potencial ativista digital que desencadeia movimentos sociais através de uma *hashtag*, como no caso do #MeToo, tem sido explorado particularmente sob lentes feministas, em resposta a diferentes problemáticas como o sexismo e a violência com base no gênero (Cole, 2015; Puente et al., 2021; Simões et al., 2023).

As plataformas de mídia/redes sociais possuem também lógicas que permitem leituras face a usos genderizados. Variados estudos têm contribuído para a ideia de que as mulheres revelam maior tendência para a utilização desse tipo de plataformas digitais (Bouna-Pyrrou et al., 2015; Spilková et al., 2017; Su et al., 2020; van den Eijnden et al., 2018). Na verdade, a associação em questão passa por vincular as mulheres a uma vasta ideia de aplicações que tenham um propósito comunicacional, nas quais se inserem as plataformas de mídia/redes sociais, que permitem iniciar e desenvolver, mas também manter, relações sociais (Abbasi, 2019). Relações sociais essas que podem ser nativas digitais ou não. Aliás, apesar das plataformas de mídia/redes sociais permitirem, *a priori*, interações e conexões transfronteiriças, além das distâncias geográficas, a verdade é que a rede de laços digitais comum tende a espalhar as redes de laços sociais além contexto digital (Blackwell et al., 2015).

Esta estudada tendência de maior utilização de plataformas de mídia/redes sociais por parte de mulheres pode assumir contornos de vício. Também sobre esse sentido específico têm sido concretizados estudos que apontam para essa conclusão (Andreassen et al., 2016; Demircioğlu & Köse, 2021; Romero-Abrio et al., 2019). Esses estudos têm em comum o facto de usarem metodologias de base quantitativa, reunindo amostras distintas em contextos bastante diversificados. Andreassen et al. (2016) analisaram os resultados de um inquérito online aplicado a 23.533 cidadãos noruegueses, encontrando correlações positivas e significativas entre sintomas de utilização de tecnologias viciantes e sintomas de perturbações mentais,

salientando-se o vício das mulheres com as plataformas de mídia/redes sociais, enquanto identificaram uma ligação entre ser homem e ter vício em videogames. Já Demircioğlu e Köse (2021) assumem um pendor mais exploratório na sua abordagem quantitativa com uma amostra de 229 estudantes universitários da Turquia, conceptualizando o vício como associado à ideia dos traços de personalidade da *dark triad* (maquiavelismo, narcisismo e psicopatia). O estudo de Romero-Abrio et al. (2019) teve uma amostra representativa de 8.115 adolescentes mexicanos e estava focado no vício tecnológico como barreira para uma eficiente comunicação familiar.

Apesar de ser difícil apontar razões para esta dinâmica de gênero, é interessante perceber como a explicação assenta na ideia das mulheres serem mais orientadas para relações interpessoais, como no caso do estudo de Chae et al. (2018) aplicado a estudantes universitários da Coreia do Sul. Nesse mesmo sentido, o trabalho de Noguti et al. (2018), a partir do contexto universitário da Austrália, sugere ligeiras nuances por detrás das dinâmicas genderizadas na utilização deste tipo de plataformas, indicando que as mulheres usualmente recorrem a estas plataformas na lógica de satisfazer necessidades comunicacionais e relacionais. O mesmo trabalho indica que os homens tendem a utilizar plataformas de mídia/redes sociais de modo a satisfazer necessidades recreativas e de entretenimento, apesar de também as utilizarem para fins comunicacionais e relacionais.

Uma componente associada à utilização de plataformas de mídia/redes sociais que também pode ter leituras genderizadas passa pela utilização de *selfies*. Não está em causa qualquer conotação necessariamente negativa nas *selfies* em si, mas sim a possibilidade de um maior número de *selfies* corresponder a outras manifestações sociais ou culturais, as quais permitem leituras de gênero. Giordano et al. (2019) concluíram que existe uma relação entre maior número de *selfies* e maior narcisismo. Relação essa que pode afetar qualquer identidade de gênero, mas que revela uma maior tendência nas mulheres. Essa tendência poderá resultar das expectativas enraizadas sobre o que significa ser mulher e consequente auto-objetificação corporal e autopromoção através dos meios digitais como estas plataformas (Zheng et al., 2019). Desta forma pode-se remeter à ideia de que o contexto digital também implica a performance de feminilidades e masculinidades que não são necessariamente fixas ou naturais, mas sim construídas e transformadas (Boni, 2002). As plataformas de mídia/redes sociais que permitem *selfies* poderiam ser entendidas como tecnologias potencialmente emancipadoras – à imagem da teorização inicial sobre qualquer inovação tecnológica – por contrariarem essas feminilidades e masculinidades

estereotipadas. Porém, a verdade é que as próprias *selfies* refletem essas construções hegemônicas (Döring et al., 2016), por vezes extrapolando-as e reforçando-as, em particular nas mulheres (Butkowski et al., 2020).

Notas Conclusivas

Tal como anteriormente mencionado, variados estudos apontam para contextos potencialmente nocivos com dinâmicas genderizadas em aplicações móveis, e que se prendem, sobretudo, com as plataformas de mídia/redes sociais em relação às mulheres e as aplicações de jogos no que toca aos homens. Há ainda pesquisas que apontam, em termos gerais, que o potencial de vício digital seja maior nos homens do que nas mulheres (Anderson et al., 2017; Chae et al., 2018). Esse potencial revela-se particularmente significativo nas aplicações de jogos, por sua vez, mais populares junto dos homens. Apesar de se poderem manifestar em diferentes tipos de aplicações móveis, também existem estudos sobre diferenças de gênero referentes a preferências por características específicas tecnológicas dos *smartphones*. Estudos como o de Rashid et al. (2020) apontam que, para os homens, as características mais importantes nos seus *smartphones* passam pela bateria, o espaço no disco, a resistência a impactos, a qualidade do material e a memória RAM, enquanto para as mulheres desse estudo as preferências recaem no espaço no disco, na memória RAM, na segurança do dispositivo e na câmara fotográfica. Daí se poderia reforçar a construção hegemônica que reforça o peso das *selfies* na vida das mulheres (Butkowski et al., 2020; Döring et al., 2016).

Ao se identificarem variadas dimensões de dinâmicas genderizadas nas aplicações móveis, entre homens e mulheres, é importante conceptualizar interações e comportamentos digitais de pessoas que fogem à visão meramente binária e cis da identidade de gênero. Na verdade, o espaço digital já foi muito descrito como um vasto espaço de incentivo à construção e exploração identitária. Em particular, plataformas como o Tumblr já foram estudadas, inclusive, no que toca à criação de “espaços seguros”, que Cavalcante (2019) descreve como “utopias” para pessoas LGBTQ+, que fornecem capacidade de agência e descoberta identitária a nível de gênero, sexualidade e intimidade no geral. Isto é, lugares digitais aparentemente seguros, inclusive para a mínima visibilidade das identidades diversificadas LGBTQ+ (Alcaire, 2021). A ideia de “utopias” (Cavalcante, 2019) pode remeter à lógica da criação de “câmaras de eco”, um fenómeno comum à generalidade das plataformas de mídia/redes sociais (Jong & Dücker, 2016).

Daqui se reforça a necessidade da criação de espaços digitais confortáveis para a utilização mais segura, quiçá verdadeira, das aplicações e demais espaços digitais por parte de pessoas que não se identificam apenas como homem ou mulher (Starks et al., 2019). A tecnologia, como um todo, deve ser pensada como as restantes vertentes da sociedade, de forma inclusiva, preparada para quem a quiser utilizar, tendo também em conta que diferentes pessoas têm diferentes necessidades, inclusive no universo digital. Essas diferenças implicam prioridades também diferentes na construção de aplicações face a diferentes identidades de género (Lopes & Vogel, 2020), reforçando a necessidade de diversificar quem constrói e para quem se constroem as aplicações móveis (Abbate, 2012).

Referências

- Abbasi, I. S. (2019). Social media addiction in romantic relationships: Does user's age influence vulnerability to social media infidelity? *Personality and Individual Differences, 139*, 277–280. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.10.038>
- Abbate, J. (2012). *Recoding gender: Women's changing participation in computing*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9014.001.0001>
- Albright, J. M., & Carter, S. (2019). The myth of the siren's song: Gendered courtship and sexual scripts in online dating. In A. Hetsroni & M. Tuncez (Eds.), *It happened on Tinder: Reflections and studies on internet-infused dating* (pp. 10–30). Institute of Network Cultures. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.4.854.7>
- Alcaire, R. (2021). LGBTQI+ healthcare (in) equalities in Portugal: What can we learn from asexuality? *Healthcare, 9*(583), 1–13. <https://doi.org/10.3390/healthcare9050583>
- Amaral, I., Santos, S. J., & Brites, M. J. (2020). Mapping intergenerational masculinities on Instagram. In Q. Gao & J. Zhou (Eds.), *Human aspects of IT for the aged population. Technology and society* (pp. 3–16). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50232-4_1
- Anderson, E. L., Steen, E., & Stavropoulos, V. (2017). Internet use and problematic internet use: A systematic review of longitudinal research trends in adolescence and emergent adulthood. *International Journal of Adolescence and Youth, 22*(4), 430–454. <https://doi.org/10.1080/02673843.2016.1227716>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors, 30*(2), 252–262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Antunes, E., Alcaire, R., & Amaral, I. (2023). Wellbeing and (mental) health: A quantitative exploration of portuguese young adults' uses of m-apps from a gender perspective. *Social Sciences, 12*(3), 1–14. <https://doi.org/10.3390/socsci12010003>

- Banerjee, D., & Rao, T. S. S. (2021). "#Intimacy" at times of COVID-19: The renewed impetus behind cybersex. *Journal of Psychosexual Health, 3*(1), 13–17. <https://doi.org/10.1177/263183182111004397>
- Blackwell, C., Birnholtz, J., & Abbott, C. (2015). Seeing and being seen: Co-situation and impression formation using Grindr, a location-aware gay dating app. *New Media & Society, 17*(7), 1117–1136. <https://doi.org/10.1177/1461444814521595>
- Bol, N., Helberger, N., & Weert, J. C. M. (2018). Differences in mobile health app use: A source of new digital inequalities? *Information Society, 34*(3), 183–193. <https://doi.org/10.1080/01972243.2018.1438550>
- Boni, F. (2002). Framing media masculinities. *European Journal of Communication, 17*(4), 465–478. <https://doi.org/10.1177/02673231020170040401>
- Bouna-Pyrrou, P., Mühle, C., Kornhuber, J., & Lenz, B. (2015). Internet gaming disorder, social network disorder and laterality: Handedness relates to pathological use of social networks. *Journal of Neural Transmission, 122*(8), 1187–1196. <https://doi.org/10.1007/s00702-014-1361-5>
- Butkowski, C. P., Dixon, T. L., Weeks, K. R., & Smith, M. A. (2020). Quantifying the feminine self(ie): Gender display and social media feedback in young women's Instagram selfies. *New Media & Society, 22*(5), 817–837. <https://doi.org/10.1177/1461444819871669>
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Cai, Z., Fan, X., & Du, J. (2017). Gender and attitudes toward technology use: A meta-analysis. *Computers and Education, 105*, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.11.003>
- Cavalcante, A. (2019). Tumbling into queer utopias and vortexes: Experiences of LGBTQ social media users on Tumblr. *Journal of Homosexuality, 66*(12), 1715–1735. <https://doi.org/10.1080/0918369.2018.1511131>
- Chae, D., Kim, H., & Kim, Y. A. (2018). Sex differences in the factors influencing Korean college students' addictive tendency toward social networking sites. *International Journal of Mental Health and Addiction, 16*(2), 339–350. <https://doi.org/10.1007/s11469-017-9778-3>
- Cole, K. K. (2015). "It's like she's eager to be verbally abused": Twitter, trolls, and (en)gendering disciplinary rhetoric. *Feminist Media Studies, 15*(2), 356–358. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1008750>
- Comunello, F., Parisi, L., & Ieracitano, F. (2020). Negotiating gender scripts in mobile dating apps: Between affordances, usage norms and practices. *Information Communication and Society, 24*(8), 1140–1156. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1787485>
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender and Society, 19*(6), 829–859. <https://doi.org/10.1177/0891243205278639>
- Crenshaw, K. (1990). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. *Stanford Law Review, 43*(6), 1241–1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>

Dawson, P. (2020). Hashtag narrative: Emergent storytelling and affective publics in the digital age. *International Journal of Cultural Studies*, 23(6), 968–983. <https://doi.org/10.1177/1367877920921417>

Demircioğlu, Z. I., & Köse, A. G. (2021). Effects of attachment styles, dark triad, rejection sensitivity, and relationship satisfaction on social media addiction: A mediated model. *Current Psychology*, 40, 414–428.

Döring, N., Reif, A., & Poeschl, S. (2016). How gender-stereotypical are selfies? A content analysis and comparison with magazine adverts. *Computers in Human Behavior*, 55, 955–962. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.10.001>

Edström, M. (2018). Visibility patterns of gendered ageism in the media buzz: A study of the representation of gender and age over three decades. *Feminist Media Studies*, 18(1), 77–93. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1409989>

Giordano, C., Salerno, L., Pavia, L., Cavani, P., & Coco, G. Lo. (2019). Magic mirror on the wall: Selfie-related behavior as mediator of the relationship between narcissism and problematic smartphone use. *Clinical Neuropsychiatry*, 16(5–6), 197–205.

Gomes, N., Amaral, I., & Santos, S. (2022). Uses of mobile apps during the Covid-19 pandemic: The Portuguese case. In L. Gómez Chova, A. López Martínez, & I. Candel Torres (Eds.), *INTED2022 proceedings* (pp. 4070–4074). IATED Academy. <https://doi.org/10.21125/inted.2022.1112>

Jong, W., & Dückers, M. L. A. (2016). Self-correcting mechanisms and echo-effects in social media: An analysis of the “gunman in the newsroom” crisis. *Computers in Human Behavior*, 59, 334–341. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.032>

Lemenager, T., Neissner, M., Koopmann, A., Reinhard, I., Georgiadou, E., Müller, A., Kiefer, F., & Hillemacher, T. (2021). Covid-19 lockdown restrictions and online media consumption in Germany. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(1), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijerph18010014>

Lopes, M. R., & Vogel, C. (2020). Gender effects in mobile application development. In *Proceedings of the 2020 IEEE International Conference on Human-Machine Systems* (pp. 17–22). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICHMS49158.2020.9209325>

Mendes, K., Ringrose, J., & Keller, J. (2018). #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies*, 25(2), 236–246. <https://doi.org/10.1177/1350506818765318>

Nekliudov, N. A., Blyuss, O., Cheung, K. Y., Petrou, L., Genuneit, J., Sushentsev, N., Levadnaya, A., Comberlati, P., Warner, J. O., Tudor-Williams, G., Teufel, M., Greenhawt, M., DunnGalvin, A., & Munblit, D. (2020). Excessive media consumption about COVID-19 is associated with increased state anxiety: Outcomes of a large online survey in Russia. *Journal of Medical Internet Research*, 22(9), e20955. <https://doi.org/10.2196/20955>

Noguti, V., Singh, S., & Waller, D. S. (2018). Gender differences in motivations to use social networking sites. In I. R. M. Association (Ed.), *Gender economics: Breakthroughs in research and practice* (pp. 676–691). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7510-8.ch033>

- Ozkazanc-Pan, B. (2019). On agency and empowerment in a #MeToo world. *Gender Work Organization*, 26, 1212–1220. <https://doi.org/10.1111/gwao.12311>
- Puente, S. N., Maceiras, S. D., & Romero, D. F. (2021). Twitter activism and ethical witnessing: Possibilities and challenges of feminist politics against gender-based violence. *Social Science Computer Review*, 39(2), 295–311. <https://doi.org/10.1177/0894439319864898>
- Quan-Haase, A., Mendes, K., Ho, D., Lake, O., Nau, C., & Pieber, D. (2021). Mapping #MeToo: A synthesis review of digital feminist research across social media platforms. *New Media & Society*, 23(6), 1700–1720. <https://doi.org/10.1177/1461444820984457>
- Radrián, V., & Duque, S. T. (2022). “¡Diosa! Trabaja en tu mejor versión” capitalismo y bienestar sexual femenino en instagram. *RAUDEM - Revista de Estudios de las Mujeres*, 10(1), 55–85. <https://doi.org/10.25115/raudem.v10i1.8260>
- Rashid, A., Zeb, M. A., Rashid, A., Anwar, S., Joaquim, F., & Halim, Z. (2020). Conceptualization of smartphone usage and feature preferences among various demographics. *Cluster Computing*, 23(3), 1855–1873. <https://doi.org/10.1007/s10586-020-03061-x>
- Romero-Abrio, A., Martínez-Ferrer, B., Musitu-Ferrer, D., León-Moreno, C., Villarreal-González, M. E., & Callejas-Jerónimo, J. E. (2019). Family communication problems, psychosocial adjustment and cyberbullying. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(2417), 1–13. <https://doi.org/10.3390/ijerph16132417>
- Santos, S. J., Amaral, I., & Brites, M. J. (2020). Masculinities and ageing: Deconstructing online representations among Portuguese speaking users. In Q. Gao & J. Zhou (Eds.), *Human aspects of IT for the aged population. Technology and society* (pp. 89–100). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-50232-4_7
- Schlage, J., & Perich, T. (2020). Mental health mobile application usage in young adults with a family history of mental illness. *Australian Psychologist*, 55(6), 660–669. <https://doi.org/10.1111/ap.12474>
- Schomakers, E.-M., Lidynia, C., Vervier, L. S., Calero Valdez, A., & Ziefle, M. (2022). Applying an extended UTAUT2 model to explain user acceptance of lifestyle and therapy mobile health apps: Survey study. *JMIR MHealth and UHealth*, 10(1), e27095. <https://doi.org/10.2196/27095>
- Shepherd, T. (2014). Gendering the commodity audience in social media. In C. Carter, L. Steiner, & L. McLaughlin (Eds.), *The Routledge companion to media & gender* (pp. 157–167). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203066911-22>
- Siebler, K. (2012). Transgender transitions: Sex/gender binaries in the digital age. *Journal of Gay & Lesbian Mental Health*, 16(1), 74–99. <https://doi.org/10.1080/19359705.2012.632751>
- Simões, R. B., Baeta, A. D., & Costa, B. F. (2023). Mapping feminist politics on Tik Tok during the COVID-19 pandemic: A content analysis of the hashtags #Feminismo and #Antifeminismo. *Journalism and Media*, 4, 244–257. <https://doi.org/10.3390/journalmedia4010017>
- Simões, R. B. de, Amaral, I., Santos, S., & Alcantara, J. (2022). Violência online contra as mulheres: Relatos a partir da experiência da pandemia da COVID-19. *Comunicação e Sociedade*, 42, 179–203. [https://doi.org/10.17231/comsoc.42\(2022\).3981](https://doi.org/10.17231/comsoc.42(2022).3981)

Singh, Y. J. (2020). Is smart mobility also gender-smart? *Journal of Gender Studies*, 29(7), 832–846. <https://doi.org/10.1080/09589236.2019.1650728>

Spilková, J., Chomynová, P., & Csémy, L. (2017). Predictors of excessive use of social media and excessive online gaming in Czech teenagers. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 611–619. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.064>

Starks, D. L., Dillahunt, T., & Haimson, O. L. (2019). Designing technology to support safety for transgender women & non-binary people of color. In *DIS 2019 Companion - Companion publication of the 2019 ACM Designing Interactive Systems Conference* (pp. 289–294). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3301019.3323898>

Su, W., Han, X., Yu, H., Wu, Y., & Potenza, M. N. (2020). Do men become addicted to internet gaming and women to social media? A meta-analysis examining gender-related differences in specific Internet addiction. *Computers in Human Behavior*, 113, Artigo 106480. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106480>

van den Eijnden, R., Koning, I., Doornwaard, S., Van Gorp, F., & Bogt, T. Ter. (2018). The impact of heavy and disordered use of games and social media on adolescents' psychological, social, and school functioning. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 697–706. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.65>

Wang, H., Liang, L. Y., Du, C. L., & Wu, Y. K. (2021). Implementation of online hospitals and factors influencing the adoption of mobile medical services in China: Cross-sectional survey study. *JMIR mHealth and uHealth*, 9(2), e25960. <https://doi.org/10.2196/25960>

Zheng, D., Ni, X. li, & Luo, Y. jun. (2019). Selfie posting on social networking sites and female adolescents' self-objectification: The moderating role of imaginary audience ideation. *Sex Roles*, 80, 325–331. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0937-1>