

Desafiando imaginários:

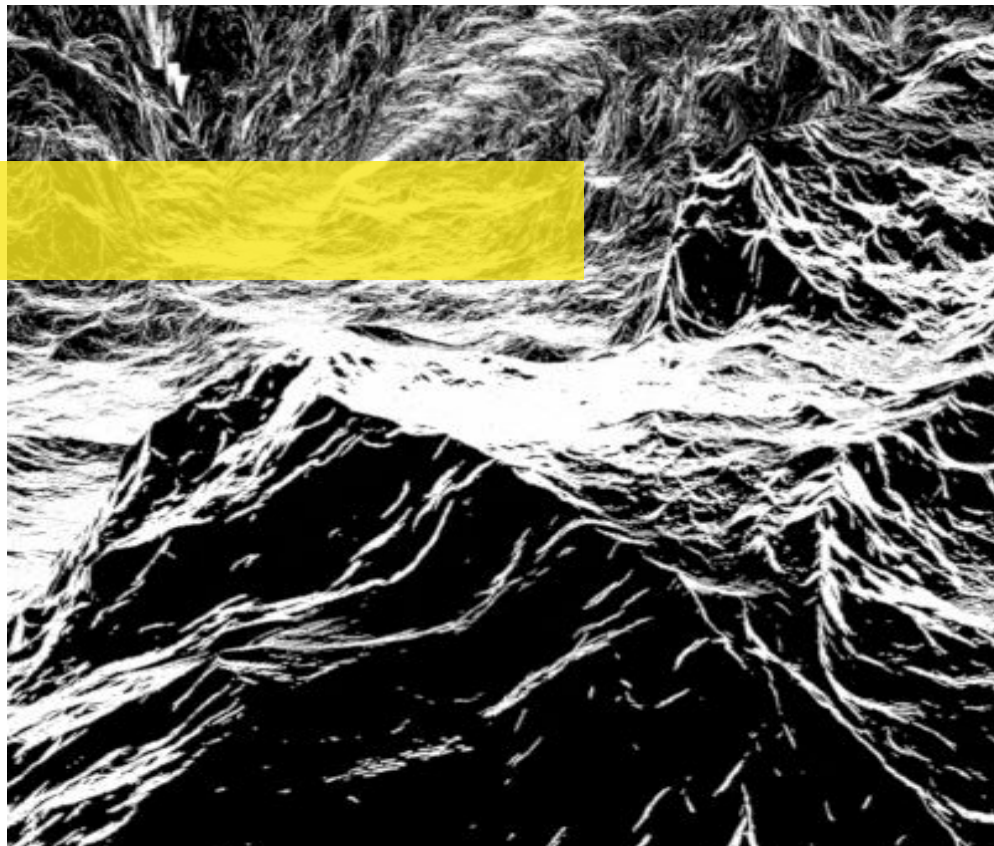
práticas mediadas de jovens
adultos em aplicações móveis

Inês Amaral | FLUC / CECS

Rita Basílio de Simões | FLUC/ICNOVA

Sílvio Santos | FLUC/CEIS20

Ana Marta M. Flores | FLUC/ICNOVA



Contexto

- Hibridez dos canais (Chadwick, 2017);
- Públicos são inerentemente *cross-media* (Schrøder, 2011);
- Consumo como um processo coletivo (Jenkins, 2006);
- Usos cada vez mais individualizados (Livingstone, Couldry & Markham, 2007);
- Lógica multitarefa (van Dijck, 2006);
- Escolhas mediadas (Hepp, 2013);
- As práticas de usos e apropriações da tecnologia por parte das gerações mais jovens são diferentes de outras gerações (Pacheco et al., 2017).

Contexto

- Dimensão de género: diferenças entre as competências e usos da tecnologia, bem como a autoconfiança nas capacidades digitais são altamente genderizadas (West, Kraut & Chew, 2019).
- As competências técnicas de homens e mulheres, e o uso concreto que fazem delas, começam a ser diferentes na infância (Almeida, Delicado, Almeida & Carvalho, 2015)
- Na idade adulta, as mulheres usam plataformas digitais para atividades relacionadas com relações sociais e familiares e para responsabilidades domésticas. Os homens tendem a envolver-se mais em jogos e outras formas de entretenimento (Ahrens, 2013).

Contexto

- Masculinidades e feminilidades hegemónicas ancoradas à heteronormatividade;
- O género uma construção social (Butler, 1990), logo as masculinidades e as feminilidades não são naturais, espontâneas, fixas ou imutáveis;
- A forma como as pessoas se envolvem com a tecnicidade e os imaginários das aplicações móveis, incorporando-os nas suas práticas do dia-a-dia, potencia uma (re)negociação das suas identidades sexuais e de género.

Objetivo

Aferir como são negociadas e imaginadas as identidades de género nas experiências dos utilizadores.

Pergunta de investigação

Como é que jovens adultos percecionam os seus usos e apropriações de aplicações móveis?

Método

- Perspetiva crítica dos média digitais contemporâneos
- Nova abordagem feminista materialista
- Análise temática crítica
- 6 grupos focais (N = 31)
- Estudantes universitárias/os
- F = 16; M = 14; Não binária = 1

Desenho dos grupos focais

TEMÁTICAS ORIENTADORAS

- Perceber de que forma os(as) participantes utilizam as apps móveis.
- Entender como costumam se identificar nos espaços digitais
- Identificar se estão despertos ou se problematizam questões de género nas aplicações móveis, nomeadamente com as opções dadas pelas plataformas
- Constatar se o género é um elemento que influencia as relações nos espaços mediados
- Detectar se a sexualidade e a orientação sexual importam para esses jovens, em relações de amizade ou amorosas, sempre numa perspetiva mediada e online

Resultados

PRINCIPAIS PADRÕES

- Ação consoante a plataforma e contactos na rede;
- Género nas apps;
- Género e sexualidade nas apps de dating;
- Identificação nas apps;
- Hábitos de utilização das apps;
- Campanhas de causas, apropriação de marcas e pessoas;
- Críticas e contestações das apps.

Resultados

“ Acho que as pessoas acabam por modelar o que representam conforme a rede social em que estão, porque também é um público... eu por exemplo no Facebook tenho pessoas que não tenho no Instagram, a faixa etária das pessoas que sigo no Instagram e que me segue não é a mesma que no Facebook, que é maioritariamente a minha família, amigos de família, pessoal mais velho, enquanto que no Instagram é mais pessoal da minha idade, todos dentro da mesma faixa etária, então se calhar há uma maior liberdade e é uma forma mais fácil de nos expressarmos enquanto aquelas pessoas, que acabam por fazer e por ter comportamentos parecidos. Eu acabo por me enquadrar naquilo que cada rede social acaba por representar. ”

B., género masculino, 20 anos

AÇÃO CONSOANTE A PLATAFORMA E CONTACTOS NA REDE

“ Sobre as imagens nas redes sociais, eu sempre coloco a minha foto mesmo e o meu nome. Sempre coloco assim. E o género feminino coloco sempre que pedem, na hora de fazer a conta. Só. Basicamente isso. Mas eu também concordo em relação a isso, é como a pessoa se sentir mais confortável. Se preferir colocar, se preferir não colocar. Acho que vai com base no conforto da pessoa. ”

C., género feminino, 20 anos

IDENTIFICAÇÃO NAS APPS

Resultados

“ Houve uma altura na pandemia que tive Tinder, porque queria falar com pessoas e então pensei que seria uma boa ideia, era fácil de conectar... e assim era um bocado... não era um bocado, era muito normativo. Era: és mulher, és homem, e queres homens ou queres mulheres. E pronto, era isso. Acho que ainda há muitas aplicações *'one gender fits all'*... neste caso dois... acaba por ser difícil... até para pessoas cis, que possam estar-se a questionar sobre o seu género, acaba por ser muito difícil e para pessoas trans então é muito mais... Mas sim, ainda há muitas apps, muitas plataformas que ainda não receptivas a esta mudança.

M., género feminino, 21 anos ”

GÉNERO E SEXUALIDADE NAS APPS DE DATING

“ Essa questão de género acaba por ser uma questão tão enraizada e tão normalizada no nosso dia-a-dia, que nós acabamos por não ligar muito. Por exemplo, se fôssemos alvo de discriminação se calhar era uma coisa que teríamos em conta, mas estamos incluídos em normas sociais vigentes, padrões de heteronormatividade, são coisas que nos acabam por passar completamente ao lado. Acho que é um pouco por aí. E, lá está, também não tenho conhecidos que tenham géneros... fluidos, não sei se é assim que se diz...

B., género masculino, 24 anos ”

GÉNERO NAS APPS

Resultados

“ O Instagram vem entrando no meu dia-a-dia assim em pequenos momentos, eu até tenho um limite de tempo no Instagram no meu celular, de uma hora, e eu sempre ultrapasso (risos), mas eu tento não ultrapassar, então fico controlando a que horas eu ultrapassei o meu limite, foi de manhã, foi de noite, enfim. ”

M., género feminino, 21 anos

HÁBITOS DE UTILIZAÇÃO DAS APPS

“ Eu acho que quando [uma ação em apoio à comunidade *queer*] chega a marcas é tudo muito performativo. Eu antes tinha essa visão ‘oh, meu Deus, a marca que eu gosto mudou o logotipo no mês de Junho!’, mas depois chega a 1 de Julho, já se foi embora. Acabou! (risos) Já não há gays... pronto. ”

F., género feminino, 20 anos

CAMPANHAS DE CAUSAS, APROPRIAÇÃO DE MARCAS E PESSOAS

Resultados

“Falando pessoalmente, acho que tudo isso das redes sociais, apesar de ter uma visibilidade assim tão grande em pessoas trans, não binária, etc, esses... ou o resto das pessoas LGBT... nós sentimos, pelo menos eu sinto muito a diferença entre o homem e a mulher, e continuo-o a sentir. Eu tenho um podcast, que é distribuído na Apple e a Apple censura-me... eu uma vez escrevi num resumo a palavra ‘maminhas’ e a Apple censurou-me essa palavra, meteu asteriscos, eu acho que esta censura toda ao nosso corpo ou à nossa sexualidade, à nossa identidade, ainda está muito evidente.

C., género ferminino, 25 anos ”

CRÍTICAS E CONTESTAÇÕES DAS APPS

Notas finais

- Dois grandes grupos de percepção acerca das questões de género e sexualidade: 1) neutralidade ancorada à normatividade e 2) consciencialização das dimensões de identidade de género e sexual
- Instrumentalização dos espaços digitais: a maioria das plataformas não são entendidas como uma extensão real de quem são, pelo que são apropriadas em função de objetivos específicos;
- Necessidade de sublinhar a não-dependência das plataformas, ainda que se reconheçam usos prolongados;
- Existem imaginários que são desafiados e outros que são perpetuados, no entanto na maioria dos e das participantes há dificuldade em verbalizar de que forma os usos e apropriações decorrem de (re)negociações das suas identidades.

obrigada!



mygender.uc.pt



@MyGender_



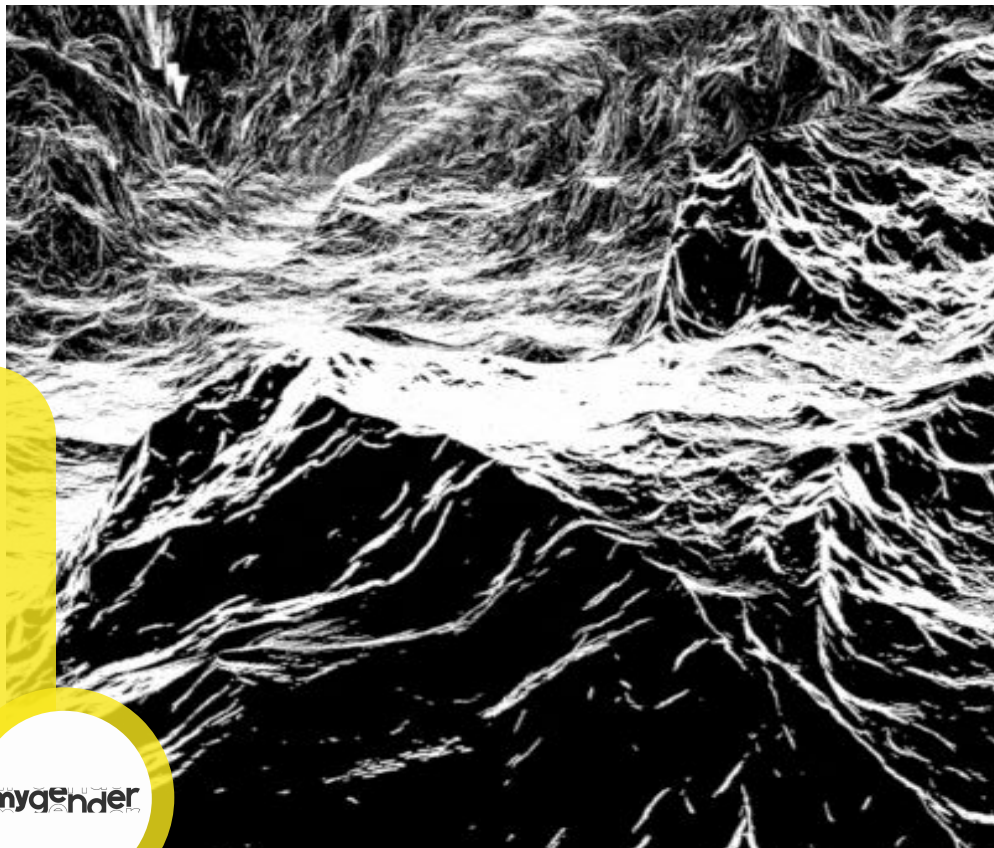
fb.com/MyGender



@MyGender_



mygender@fl.uc.pt



mygender

