

## **Género e self-tracking: Rastreio da utilização de smartphones de jovens em idade adulta em Portugal**

Eduardo Antunes (University of Coimbra)

[eduardo.antunes@fl.uc.pt](mailto:eduardo.antunes@fl.uc.pt)

Rita Basílio Simões (University of Coimbra/CES)

[rbasilio@fl.uc.pt](mailto:rbasilio@fl.uc.pt)

Inês Amaral (University of Coimbra/ CES)

[ines.amaral@uc.pt](mailto:ines.amaral@uc.pt)

Ana Marta M. Flores (University of Coimbra/ICNOVA)

[amflores@fesh.unl.pt](mailto:amflores@fesh.unl.pt)

O presente manuscrito é a versão aceite para publicação de um artigo na revista *ex aequo*

Rita Basílio Simões (ORCID ID: 0000-0001-6356-6042),

University of Coimbra, Faculty of Arts and Humanities/Center for Social Studies, Portugal.

Address: Largo da Porta Férrea, 3004-530 Coimbra, Portugal.

Email: [rbasilio@fl.uc.pt](mailto:rbasilio@fl.uc.pt)

## **Género e self-tracking: Rastreo da utilização de smartphones de jovens em idade adulta em Portugal**

**Género e self-tracking** (Título abreviado)

**Gender and self-tracking: Tracking smartphone usage of young adulthood in Portugal**

(Título na língua do 2.º resumo)

**Género y self-tracking: rastreo de la utilización de smartphones por jóvenes en edad adulta en Portugal**

(Título na língua do 3.º resumo)

**Eduardo Antunes, Rita Basílio Simões, Inês Amaral e Ana Marta M. Flores**

### **Resumo**

O estudo apresenta resultados da análise do rastreo (tracking) do uso de aplicações móveis por 342 jovens adultos/as (18-30 anos) em Portugal considerando as relações de poder com base no género que podem ser refletidas nas utilizações. Os resultados indicam que as aplicações de redes sociais e mensageiros são as mais predominantes, enquanto categorias como as de self-tracking apresentam menor uso. Verificou-se que os homens gastam mais tempo nessas apps do que as mulheres, contudo, persistem estruturas genderizadas na utilização de aplicações de *self-tracking*, onde o autocuidado masculino está estruturado em torno de exercício e saúde física, enquanto as práticas das mulheres se concentram na auto-vigilância do corpo sexual e reprodutivo.

**Palavras-chave:** Self-tracking; jovens adultos/as; rastreo; smartphones; aplicações móveis.

### **Abstract**

The study presents results from the analysis of the tracking of mobile application use by 342 young adults (18-30 years old) in Portugal considering the gendered power relations that may be reflected in those uses. Results indicate that social media and messaging applications are the most prevalent, while categories such as self-tracking applications show less use. It was found that men spend more time on such apps than women, however, gendered structures persist in the use of self-tracking apps, where men's self-care is structured around exercise and physical health, while women's practices focus on sexual and reproductive body self-monitoring.

**Keywords:** Self-tracking; young adults; tracking; smartphones; mobile applications.

### **Resumen**

El estudio presenta los resultados del análisis del rastreo del uso de aplicaciones móviles por 342 adultos jóvenes (18-30 años) en Portugal considerando las relaciones de poder de género que pueden ser reflejadas en estos usos. Los resultados indican que las redes sociales y las aplicaciones de mensajes son las más prevalentes, mientras que categorías como el self-tracking muestran un menor uso. Se constató que los hombres pasan más tiempo en estas aplicaciones que las mujeres, sin embargo, las estructuras de género persisten en el uso de aplicaciones de self-tracking, donde el autocuidado de los hombres se estructura en torno al ejercicio y la salud física, mientras que las prácticas de las mujeres se centran en el autocontrol sexual y reproductivo del cuerpo.

**Palabras clave:** Self-tracking; jóvenes adultos/as; rastreo; smartphones; aplicaciones móviles.

## 1. Introdução

Este artigo analisa sob a lente de género o panorama mediático contemporâneo de crescente digitalização como um ambiente capaz de fomentar a produção de agência e subjetividades, tendo como foco particular jovens adultos/as. As aplicações móveis devem ser entendidas não só como concretas ferramentas tecnológicas, mas também como manifestações simbólicas (Fotopoulou e O’Riordan 2017) que contribuem para a construção de imaginários. O reconhecimento do papel das *m-apps* na interação social, partilha de informação, jogos, encontros e melhoria da saúde e da aptidão física requer um duplo esforço analítico: sobre a natureza simbólica das aplicações, como ambientes de comunicação digital, e sobre a sua dimensão experiencial, como ferramentas tecnológicas (Simões e Amaral 2022). Daqui decorre a interpretação das *m-apps* como tecnologias do corpo (Fotopoulou e O’Riordan 2017).

Variados estudos sobre usos e gratificações no panorama mediático digital têm revelado nuances de género na utilização destas tecnologias, sob múltiplos eixos temáticos, que por sua vez, não podem ser dissociados de estereótipos de género, considerados reflexos de relações desequilibradas de poder (e.g. Zhang, Guo, Lai, Guo e Li 2014; Klenk, Reifegerste e Renatus 2017). Apesar dos progressos alcançados nos últimos anos, as assimetrias de género parecem manter-se nas plataformas digitais, onde as mulheres sofrem de forma reiterada práticas de violência online (e.g. Plan International 2020; Simões, Amaral, Santos e Alcantara 2022), forçando a olhar para as tecnologias como redes de poder e de desigualdades.

Os média e as tecnologias digitais tornaram-se importantes recursos, particularmente para jovens adultos/as, que procuram de forma regular conectar-se com outras pessoas (Yee, Bailenson e Ducheneaut 2009; Zhang et al. 2018). É para uma compreensão mais profunda das suas práticas sob a lente do género que este artigo pretende contribuir, recorrendo para isso a um quadro teórico erigido a partir dos estudos feministas e de género sobre tecnologia.

Empiricamente, o estudo foca-se em jovens adultos com idades entre os 18 e os 30 anos, grupo etário que ainda carece, em Portugal, de investigação sistemática dirigida à sua relação com as tecnologias digitais dos média, em especial à luz de uma perspectiva de género. São as suas práticas digitais que pretendemos caracterizar, identificando utilizações genderizadas. São investigados, em particular, os usos de aplicações de *self-tracking*, utilizadas, nomeadamente, para o registo pessoal seja de atividade física (O’Loughlin *et al.* 2022), atividade sexual (Danaher, Nyholm e Earp 2018) ou, ainda, de medição da fertilidade (Gambier-Ross, McLernon e Morgan 2018; Hamper 2020). Ao promover o registo voluntário de dados quantitativos de práticas pessoais, estas apps poderão favorecer formas específicas de estruturar as identidades e as subjetividades, pelo que procuramos perceber em que medida estão a reconfigurar as relações de género, ou até de que forma se interligam a outros denominadores sociodemográficos.

Aqui se utiliza como base empírica o rastreo (*tracking*) da utilização de *smartphones* de 342 jovens adultos/as em Portugal, durante um período de 90 dias, para responder às questões de investigação. Os dados foram explorados, de um ponto de vista metodológico quantitativo

exploratório, sobre procedimentos estatísticos descritivos. Embora limitados, os resultados alcançados sugerem que a utilização de aplicações móveis de self-tracking pode apenas, de forma marginal, situar-se no quadro de dinâmicas disruptivas com a normatividade prevalecente. Essencialmente, as práticas rastreadas traduzem regimes genderizados de auto-vigilância e quantificação que, para as mulheres, representam o imperativo cultural de assegurar o controlo do corpo reduzido à sua função sexual e reprodutiva.

### 1.2 Aplicações móveis, género e self-tracking

A investigação feminista que se debruça sobre os média tem mostrado que o espaço mediático digital reflete as relações de poder vividas no mundo offline, perpetuando hegemonias sob variadas formas, incluindo desequilíbrios de género (e.g. Ging e Siapera 2018, 2019; Vickery e Everbach 2018; Amaral e Simões 2021; Simões, Baeta e Costa 2023). Tal como originalmente prognosticado, o vasto potencial contra-hegemónico das plataformas digitais continua a ser realçado, em particular por poder ser apropriado por movimentos feministas (e.g. Mendes, Ringrose e Keller 2018; Miguel, Marx e Arndt 2020). Contudo, as tecnologias digitais, entre elas as apps móveis de autocontrolo das funções reprodutivas e da atividade sexual, incluindo das performances sexuais, estão imersas em relações sociais de poder (Lupton, 2016).

No alargado contexto do espaço mediático digital há claras diferenças sociodemográficas e identitárias de utilização (Amaral, Flores e Antunes 2022). Leménager e a sua equipa (2021) salientam o aumento de consumo de aplicações de *streaming*, informação e, ainda, redes sociais e mensageiros nas mulheres, face aos aumentos no consumo de jogos e conteúdo pornográfico, por parte dos homens, face aos confinamentos da pandemia da Covid-19. Já Seneviratne e a sua equipa (2014) afirmavam que é possível prever o género de uma pessoa, com uma eficácia de perto de 70%, ao analisar que aplicações móveis é que uma pessoa tem instalada no seu *smartphone*. Em ambos os casos, também nas aplicações há lógicas estereotipadas enraizadas em sociedades patriarcais, que têm construções específicas sobre o que implica ser mulher ou ser homem, ou até, de uma forma mais ampla, o que é que o género implica no âmbito de utilizações de média digitais.

Os média, e em particular o espaço mediático digital, são frequentemente analisados como espaços perpetuadores de assimetrias simbólicas, como a assente no género (Cerqueira e Magalhães 2017). As aplicações móveis assumem um lugar cada vez mais importante (Miller 2020) no que toca a essas assimetrias e desequilíbrios de poder. A vigilância digital, ideia inserida na lógica de *self-tracking* (Lupton 2016), tem sido criticada por permitir a dataficação dos sujeitos (Gilbert 2018) e a colonização de dados pessoais (Couldry e Mejias 2019), quantificando-se e registando-se detalhes da vida. Lupton (2016) aponta o *self-tracking* como um fenómeno sociocultural que engloba não só o registo voluntário e pessoal, como o encorajamento ou imposição que pode traduzir-se numa forma de auto-vigilância que reifica desigualdades. Com efeito, há plataformas digitais pensadas para quantificar e armazenar um largo conjunto de informações sobre as pessoas com o seu consentimento. Segundo Sanders (2017), o *self-tracking* digital facilita níveis de vigilância sem precedentes, ao mesmo tempo que

expande a capacidade das pessoas se conhecerem melhor a si mesmas e estarem vigilantes do que as preocupa em si.

Wissinger (2017) inclui as aplicações de *self-tracking* num conjunto de tecnologias que esbatem as linhas entre a tecnologia e os corpos humanos, que estão intimamente relacionadas com os objetivos auto-impostos da preocupação com a máxima e melhor saúde e com o desenvolvimento e fortalecimento humano. Estes objetivos estão, por sua vez, associados à ideia do (auto)cuidado, que é, tendencialmente e estereotipicamente, vista como uma preocupação feminina. Aliás, o corpo tipicamente feminino tem sido o foco da ideia de medição e rastreio – por sua vez aglomerada na lógica do *self-tracking* -, numa busca por um corpo ideal (Crawford, Lingel e Karppi 2015), de tal forma que a sua popularidade tem sido geral. Popularidade essa que é geral, apesar de mais evidente nas mulheres, nomeadamente através da crescente popularidade das aplicações focadas na fertilidade e nos ciclos menstruais (Gambier-Ross, McLernon e Morgan 2018; Hamper 2020).

A própria conceptualização de aplicações de *self-tracking* engloba instrumentos tecnológicos que têm objetivos bastante diversificados, sobretudo conectados com a melhoria da saúde ou do fitness/capacidade física. Apesar de manterem como meio, o auto-registo de eventos e acontecimentos, também perante aplicações de *self-tracking* com objetivos e atuações diversificadas, estas têm sido estudadas no ponto de vista da sua ligação a padrões de género (Simões e Amaral 2022). Porém, não há só uma tendência de género na utilização de aplicações de *self-tracking*, já que existem ainda associações entre o uso de apps desta categoria e classes socioeconómicas mais favorecidas, assim como grupos etários adultos mais jovens (Findeis *et al.* 2021).

A utilização de aplicações de *self-tracking*, tal como de qualquer outro tipo de aplicações, não é constante no tempo. Isto é, há razões que levam as pessoas a deixar de utilizar as aplicações. No caso das aplicações de *self-tracking*, o trabalho de Findeis e colegas (2021) corrobora o apontado por Epstein e a sua equipa (2016), sobre as razões principais para as pessoas interromperem a utilização de aplicações de *self-tracking*. Segundo esses estudos, essas razões passam pelo peso do ônus em colocar dados com regularidade nessas aplicações, como no desconforto e pressão sentida em partilhar informação, e consequente frustração com o incumprimento, em alguma medida, dos objetivos da utilização dessas mesmas aplicações.

Este trabalho parte da consciência de que a utilização das aplicações móveis, como as de *self-tracking*, é melhor entendida quando se observa essa utilização sobre múltiplas formas e dados, o que permite perceber com maior detalhe a consistência e robustez dessas utilizações e, consequentemente, importância nas vidas das pessoas. As variáveis sociodemográficas permitem outro grau de detalhe a esses entendimentos, destacando-se, em particular, com centralidade neste trabalho, a lente de género.

## 2. Metodologia

Este trabalho explora as utilizações de aplicações móveis por parte de jovens adultos/as, sob a lente de género, assumindo uma metodologia quantitativa exploratória, com base empírica no *tracking* de uso detalhado dos *smartphones* de 342 jovens adultos/as (idades

compreendidas entre os 18 e 30 anos), através de uma entidade externa contratada para esse efeito. Durante um período total de 90 dias (dividido entre três diferentes fases temporais, entre 2020 e 2021), esta entidade externa registou as nuances comportamentais da utilização do *smartphone* de 342 painelistas jovens adultos/as que vivem em Portugal, permitindo quantificações tais como número de cliques, de visitas, de minutos, de utilizações diárias ou totais.

Foram três as questões que orientaram o estudo. De modo a contribuir para a compreensão, sob a lente de género, mais aprofundada da preponderância do digital na vida de jovens em idade adulta, surge a primeira questão de investigação - Q1: Como é que se caracteriza a utilização de aplicações móveis por parte dos/as jovens adultos/as em Portugal? Tendo um foco nas apps de *self-tracking*, que promovem o registo e a quantificação de práticas pessoais, este trabalho coloca também como questão orientadora de investigação - Q2: A utilização de aplicações de *self-tracking* reflete os estereótipos dos tradicionais papéis de género? Adicionalmente, averiguamos se existem outros denominadores sociodemográficos que estejam ligados a diferentes utilizações deste tipo de aplicações. Assim, coloca-se ainda a seguinte questão de investigação - Q3: A utilização de aplicações de *self-tracking* difere consoante diferentes variáveis sociodemográficas (idade, região de Portugal e classe socioeconómica)?

Aqui se utiliza como base empírica o rastreio (*tracking*) da utilização de *smartphones* de 342 jovens adultos/as em Portugal, durante um período de 90 dias, para responder às questões de investigação. Os dados foram explorados, de um ponto de vista metodológico quantitativo exploratório, sobre procedimentos estatísticos descritivos. Este trabalho pressupõe a análise crítica desses mesmos dados através de uma perspetiva feminista, preocupada com desigualdades de género na própria utilização de aplicações móveis. Coloca-se como aspeto central da análise deste trabalho, a utilização de aplicações de *self-tracking*, e a possibilidade dessa utilização estar ou não inserida em contextos culturais e sociais marcados por papéis de género.

A amostra permite cruzar os dados de utilização de aplicações móveis com dados sociodemográficos do painel de 342 jovens adultos/as, tais como a classe sócio económica (AB - classe alta e média alta -; C1 - classe média -; C2 - classe média baixa; D - classe baixa), a região portuguesa (Açores, Alentejo, Algarve, Centro, Lisboa, Madeira ou Norte), o género (a amostra é composta apenas por pessoas que se identificam de acordo com o binómio normativo de género) e a idade (com dois grupos etários, um primeiro entre os 18 e os 24 anos, e um segundo entre os 25 e os 30).

O registo de utilização dos *smartphones* por esta entidade externa pressupõe a divisão das aplicações móveis de nas seguintes seis categorias: “*fitness*”; “*jogos*”; “*namoro*”; “*redes sociais e mensageiros*”; “*saúde*” e “*self-tracking*”. No total, foi rastreada a utilização de 40 aplicações, que se dividem, em 7 aplicações de “*fitness*”, 5 de “*jogos*”, 5 de “*namoro*”, 10 de “*redes sociais e mensageiros*”, 8 de “*saúde*” e 5 de “*self-tracking*”, conforme apresentado na Tabela 1.

**Tabela 1. Lista de categorias e consequentes aplicações rastreadas**

Categoria	Aplicação	Número de aplicações por categoria
-----------	-----------	------------------------------------

<i>Fitness</i>	BetterMe	7
	BodyFast	
	Exercícios em casa	
	FitCoach	
	Freeletics	
	Strava: GPS ciclismo	
	Xiaomi Wear	
Jogos	Among Us!	5
	Candy Crush Saga	
	FarmVille 3 Animals	
	The Sims Mobile	
	Twitch	
Namoro	Badoo	5
	Bumble	
	Grindr	
	Happn	
	Tinder	
Redes Sociais e Mensageiros	Discord	10
	Facebook	
	Instagram	
	Messenger	
	Reddit	
	Telegram	
	TikTok	
	Viber	
	WhatsApp	
	YouTube	
Saúde	Calm	8
	Clue	
	Fabulous	
	Fastic	
	Huawei Health	
	Jejum Intermitente - Rastreador em Jejum Zero-Cal	
	Passe Covid	
	SNS24	
<i>Self-tracking</i>	Calendário Menstrual, Ovulação	5
	Fit: Monitoriz. de atividades	
	Meu calendário menstrual Flo	
	Mi Fit	
	Pedómetro	
<b>TOTAL DE APLICAÇÕES</b>		<b>40</b>

Fonte: Elaboração própria

A amostra de 342 painelistas é constituída, de acordo com a Tabela 2, por 201 mulheres (58,77%) e 141 homens (41,23%), sendo que 105 (30,70%) são jovens adultos/as com idades entre os 18 e os 24 anos e os restantes 237 (69,30%) têm idades entre os 25 e os 30 anos. As três regiões mais preponderantes na amostra são o Norte (com 107 painelistas, equivalente a 31,29% da amostra), o Centro (95 jovens adultos/as, equivalente a 27,78%) e a região de Lisboa (83 painelistas, o que equivale a 24,27% da amostra). Nenhuma das restantes regiões do território português representa mais do que 9% da amostra. No que concerne à classe socioeconómica, dividida numa escala de quatro possibilidades, a amostra é sobretudo constituída por jovens adultos/as de classe média, isto é, C1, com 163 painelistas (47,66% da

amostra) e ainda por membros das classes alta e média alta, isto é, AB, com 130 jovens adultos/as (38,01%).

**Tabela 2. Distribuição de amostra**

		N	%
<b>Género</b>	Mulher	201	58,77%
	Homem	141	41,23%
<b>Idade</b>	18-24	105	30,70%
	25-30	237	69,30%
<b>Região</b>	Açores	1	0,29%
	Alentejo	24	7,02%
	Algarve	28	8,19%
	Centro	95	27,78%
	Lisboa	83	24,27%
	Madeira	4	1,17%
	Norte	107	31,29%
<b>Classe socioeconómica</b>	AB (classe alta e média alta)	130	38,01%
	C1 (classe média)	163	47,66%
	C2 (classe média baixa)	38	11,11%
	D (classe baixa)	11	3,22%
<b>TOTAL</b>		<b>342</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Elaboração própria

### 3. Resultados

Os resultados do rastreio (*tracking*) de três meses da utilização de *smartphones* por parte do painel de 342 jovens adultos/as, dividida em seis categorias de aplicações móveis, revelam importantes nuances na utilização de aplicações móveis e permitem que se observem detalhes no tipo de utilização que os/as painelistas efetuaram.

Os dados apresentados na Tabela 3 reforçam a preponderância das aplicações de redes sociais e mensageiros, já que o total de 342 painelistas utilizou esse tipo de aplicações durante qualquer momento dos três meses da amostra. Dessa amostra, há uma média de 134,73 painelistas que utilizam aplicações de redes sociais e mensageiros por dia, o que significa que 39,39% dos/as jovens adultos/as utilizam diariamente este tipo de aplicações. Em relação aos



demais tipos de aplicações, por ordem decrescente de utilizadores/as totais dessas aplicações, há 91 utilizadores/as de aplicações de saúde, 70 de *apps* de jogos, 42 de aplicações de namoro, 36 de *self-tracking* e 30 de aplicações de *fitness*. De forma respetiva, registaram-se cerca de 4,81 utilizadores/as diários/as de aplicações de saúde, 7,47 de *apps* de jogos, 8,28 de aplicações de namoro, 2,36 de *self-tracking* e 2,62 de aplicações de *fitness*.

Na amostra deste estudo, a utilização de aplicações de redes sociais e mensageiros é bastante mais significativa que a utilização dos restantes tipos de aplicações. Veja-se que 39,39% dos/as jovens adultos/as utilizam diariamente redes sociais e *apps* de mensagens, enquanto que o segundo tipo de aplicações com maior percentagem de utilizadores/as diários/as face ao total da amostra passa pelas aplicações de namoro, com 2,42% de utilizadores/as por dia em relação ao total de 342 jovens adultos/as deste painel. Mesmo sem ter por comparação com o total de painelistas, caso se pense na percentagem de utilizadores/as por dia face ao total de utilizadores/as de cada tipo de aplicação, durante a amostra de três meses, a Tabela 3 revela que as *apps* de namoro são o segundo tipo de *apps* com maior percentagem de utilizadores/as por dia face ao total de pessoas da amostra que utilizam alguma vez esse tipo de aplicações (19,72%), - tendo em conta que esta percentagem surge após o primeiro lugar de utilização diária, correspondente aos 39,39% de utilizadores/as por dia de redes sociais e mensageiros face ao total de jovens adultos/as que utilizam esse tipo de aplicações.

**Tabela 3. Tipo de aplicações e a sua utilização total e diária**

Tipo de apps	Total utilizadores/as	Média de utilizadores/as por dia	% de utilizadores/as por dia face ao total de utilizadores/as	% de utilizadores/as por dia face ao total de painelistas
<i>Fitness</i>	30	2.62	8.74%	0.77%
Jogos	70	7.47	10.68%	2.19%
Namoro	42	8.28	19.72%	2.42%
Redes Sociais e Mensageiros	342	134.73	39.39%	39.39%
Saúde	91	4.81	5.28%	1.41%
<i>Self-tracking</i>	36	2.36	6.55%	0.69%

Fonte: Elaboração própria

As aplicações de *self-tracking* foram utilizadas por apenas 36 pessoas no total dos três meses de rastreio, o que equivale a cerca de 2,36 utilizadores/as por dia, sendo que 6,55% do total de jovens adultos/as que utilizam *apps* de *self-tracking* utilizam este tipo de *apps* diariamente, o que representa apenas 0,69% do total da amostra de 342 painelistas (a menor percentagem de utilizadores/as por dia face ao total de jovens adultos/as da amostra). Este tipo de aplicações que permite monitorizar, medir e registar comportamentos, hábitos ou sequer ideias ou pensamentos, relaciona-se com a qualidade do autocuidado, que é hegemonicamente estereotipicamente percebida (e representada) como um interesse meramente feminino, que encaixa nos papéis de género tradicionais, e segundo os quais as

mulheres estão associadas ao cuidado (não só de si próprias, como também de outros/as) e à reprodução.

A Tabela 4 revela, com maior detalhe, os dados da utilização de aplicações de *self-tracking* cruzados com o género, a idade, o momento do dia da utilização, a região onde residem e a sua classe socioeconómica. De acordo com a Tabela 4, identificam-se algumas diferenças no que toca às variáveis sociodemográficas com que a utilização de aplicações de *self-tracking* foi cruzada. No que concerne ao género, destaca-se a diferença nos números de mulheres e de homens que utilizam este tipo de aplicações (29 mulheres e 7 homens, o que corresponde a 14,43% das mulheres da amostra e a 4,96% dos homens). Porém, no que diz respeito às médias que são os restantes indicadores da Tabela 4, não se encontram particulares diferenças que revelem uma tendência genderizada na utilização de aplicações de *self-tracking*. Pode ser vista como surpreendente a média de visualizações de páginas por utilizador/a que é superior nos homens (28 face a 19, nas mulheres). Um maior número de visualizações de páginas pode significar mais tempo despendido nessa aplicação. Daí, será menos surpreendente que a média de minutos por dia por utilizador/a seja superior nos homens (0,57) face às mulheres (0,17). De todo o modo, tal como nas restantes comparações sociodemográficas, os valores são relativamente equilibrados e não demonstram uma discrepância altamente relevante.

No que toca à idade, a Tabela 4 aponta para um maior equilíbrio face aos números de painelistas que utilizam aplicações de *self-tracking*. Se há mais utilizadores/as com idades entre os 25 e os 30 anos (23 painelistas) do que entre os 18 e os 24 anos (13), também importa sinalizar que estes números correspondem, respetivamente, a 9,70% e 12,38% dos totais de jovens adultos desses grupos etários na amostra. À semelhança do sinalizado nas diferenças de género, a idade aparenta provocar algumas diferenças na utilização deste tipo de apps, porém, o panorama geral faz-se de forma equilibrada.

Em relação à região de Portugal, também é o equilíbrio que se destaca, de uma forma geral. A única pessoa da Madeira, da amostra, que utiliza aplicações de *self-tracking*, corresponde a 25,00% das pessoas da Madeira (num total de 4 pessoas) que fazem parte do painel de 342 jovens adultos/as, o que, face a essa reduzida amostra, não permite retirar conclusões de particular importância. Se, em números brutos, o Centro e a região de Lisboa se destacam por terem, cada uma, 11 jovens adultos/as que utilizam este tipo de apps, é de forma equilibrada que estes números se traduzem na percentagem de painelistas dessas regiões que utilizam aplicações de *self-tracking*, face ao total de painelistas dessas regiões. Aliás, as 11 pessoas do Centro correspondem a 11,58% dos/as painelistas dessa região, as 11 de Lisboa correspondem a 13,35%, mas, com percentagens semelhantes face ao total de jovens adultos/as dessa região surgem ainda os 12,50% do Alentejo (um total de 3 utilizadores/as de apps de *self-tracking*) ou os 10,71% do Algarve (3 utilizadores/as). Porém mesmo com o foco nas regiões do Centro e de Lisboa, por ambas terem 11 utilizadores/as de apps de *self-tracking*, há diferenças que sugerem uma utilização mais constante em Lisboa do que no Centro, quer no que toca à média de visitas por utilizador/a (16 em Lisboa face a 7 no Centro) como no que toca à média de visualizações de páginas por utilizador/a (28 em Lisboa face a 13 no Centro). Ainda no âmbito da região de Portugal, é no cruzamento dos dados com esta variável sociodemográfica que se registam as duas únicas ocorrências de médias de minutos por dia por utilizador/a iguais ou superiores a 1, como demonstra a Tabela 4. São os casos do Algarve

(média de 1,00 minuto por dia por utilizador/a) e o Norte (1,14), região que também regista a maior média de visualizações de páginas por utilizador/a (32).

Face à classe socioeconómica, não foi registada qualquer utilização de aplicações de *self-tracking* por parte de painelistas da classe socioeconómica D (classe baixa). O número total de utilizadores/as não revela peculiares diferenças nesse âmbito, porém, há uma aparente tendência de menor utilização deste tipo de aplicações quão mais alta for a classe socioeconómica. Veja-se que os/as 9 utilizadores/as de apps de *self-tracking* das classes AB (classe alta e média média alta) correspondem a 6,92% de jovens adultos/as dessas classes, enquanto que as 20 pessoas que utilizam este tipo de apps da classe C1 (classe média) correspondem a 12,27% do total de painelistas classificados nesta classe socioeconómica, enquanto os/as 7 utilizadores/as da classe C2 (classe média baixa) correspondem a 18,42% do total de jovens adultos/as dessa classe socioeconómica. De todo o modo, e apesar de também aparentar existir um equilíbrio na utilização de aplicações de *self-tracking* no que toca à classe socioeconómica (excetuando a ausência de utilizadores/as da classe D), podem ser destacadas quer a média de visitas por utilizador/a (15) como a média de visualizações de páginas por utilizador/a (30) da classe socioeconómica C1 (classe média), o que acaba por não ter correspondência numa superior média de minutos por dia por utilizador/a.

Ainda referente aos dados apresentados na Tabela 4, os resultados de utilização face ao momento do dia devem ser interpretados de forma ligeiramente diferente, já que as mesmas pessoas poderão utilizar apps de *self-tracking* na totalidade das cinco opções disponíveis. De qualquer modo, há um grande equilíbrio generalizado na utilização de aplicações deste tipo no que toca às manhãs, tardes e noites. Aparentam existir ligeiras diferenças que implicam maior utilização de aplicações de *self-tracking* durante os dias de semana por comparação com os fins de semana, sobretudo no que toca ao total de utilizadores/as (33 utilizadores/as em dias de semana por comparação com 23 utilizadores/as aos fins de semana).

**Tabela 4. Utilização de aplicações de *self-tracking* por género, idade, momento do dia, região e classe socioeconómica**

		Total utilizadores/as	Média de utilizadores/as por dia	Média de visitas por utilizador/a	Média de visualizações de páginas por utilizador/a	Média de minutos por dia por utilizador/a
<b>Género</b>	Mulher	29	1,93	9	19	0,17
	Homem	7	1,16	14	28	0,57
<b>Idade</b>	18-24	13	1,33	6	21	0,46
	25-30	23	1,94	12	21	0,22
<b>Momento do dia</b>	Manhã	22	1,58	5	9	0,14
	Tarde	26	1,51	6	13	0,15
	Noite	27	1,52	4	7	0,11
	Dia de semana	33	2,39	8	16	0,24
	Fim de semana	23	2,28	4	10	0,26
<b>Região</b>	Açores	0	0,00	0	0	0,00

	Alentejo	3	1,00	11	13	0,67
	Algarve	3	1,13	8	13	1,00
	Centro	11	1,16	7	13	0,18
	Lisboa	11	1,41	16	28	0,36
	Madeira	1	1,00	3	3	0,00
	Norte	7	1,14	8	32	1,14
<b>Classe socioeconómica</b>	AB (classe alta e média alta)	9	1,08	5	12	0,33
	C1 (classe média)	20	1,81	15	30	0,30
	C2 (classe média baixa)	7	1,00	3	6	0,43
	D (classe baixa)	0	0,00	0	0	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>36</b>	<b>2,36</b>	<b>10</b>	<b>21</b>	<b>0,19</b>

Fonte: Elaboração própria

#### 4. Conclusões

Os resultados apresentados permitem leituras detalhadas sobre as utilizações de aplicações móveis, que revelam usos massivos e generalizados das aplicações de redes sociais e mensageiros. Assim, de acordo com os dados da Tabela 3, é possível responder à primeira questão de investigação - Q1: Como é que se caracteriza a utilização de aplicações móveis por parte dos/as jovens adultos/as em Portugal? A categoria de redes sociais e mensageiros é de tal forma preponderante que há mais do que uma utilização diária por cada três pessoas, de este tipo de aplicações (cerca de 134,73 painelistas, equivalente a 39,39% da amostra). Apesar da popularidade das aplicações que recaem nessa categoria ser relativamente constante, o período de recolha da amostra deste estudo coincidiu com alterações sociais e comportamentais resultantes dos diversos confinamentos e demais restrições da pandemia da Covid-19, o que aumentou a utilização geral dessa categoria de aplicações (Lemenager *et al.* 2021; Simões *et al.* 2022). As restantes cinco categorias revelam padrões de utilização mais semelhantes entre si, que sugerem menor centralidade na vida dos/as 342 jovens adultos/as. As aplicações de *self-tracking* são uma das categorias de aplicações menos utilizada (36 utilizadores/as totais; 2,36 utilizadores/as em média por dia; 6,55% de utilizadores/as por dia face ao total de utilizadores/as desta categoria de aplicações; 0,69% de utilizadores/as por dia face ao total de 342 painelistas).

A Tabela 3 e a Tabela 4 permitem respostas às restantes questões de investigação - Q2: A utilização de aplicações de *self-tracking* reflete os estereótipos dos tradicionais papéis de género? Q3: A utilização de aplicações de *self-tracking* difere consoante diferentes variáveis sociodemográficas (idade, região de Portugal e classe socioeconómica)? A utilização das aplicações de *self-tracking* é, tendencialmente, pouco duradoura na generalidade da amostra e

as variações sociodemográficas são ligeiras, apesar de identificáveis. De todo o modo, o facto de não existir qualquer painalista da classe socioeconómica D (classe baixa) a utilizar apps de *self-tracking* corresponde, de certo modo, à ideia do movimento do registo do *self* estar associado com classes socioeconómicas mais favorecidas (Findeis *et al.* 2021). Também apontado por Findeis e a sua equipa (2021), a maior utilização de aplicações de *self-tracking* por parte de grupos etários adultos mais jovens é corroborada pelos dados deste trabalho, que sugerem mais utilização em termos comparativos por parte de utilizadores/as entre os 18 e os 24 anos, em relação a painelistas entre os 25 e os 30 anos.

De modo a responder à Q2, partiu-se da ligação entre o papel tradicional da mulher como uma construção ligada ao autocuidado seja face a uma procura por um corpo ideal ou pelo auxílio tecnológico aos ciclos menstruais e às questões da fertilidade (Crawford, Lingel e Karppi 2015; Gambier-Ross, McLernon e Morgan 2018; Hamper 2020). A popularidade do específico nicho de aplicações focadas na fertilidade e nos ciclos menstruais, que estão inseridas no contexto das aplicações de *self-tracking*, é identificável na lista de aplicações utilizadas pela amostra, conforme demonstra a Tabela 1. Daí se pode pensar numa tendência genderizada na utilização deste tipo de aplicações, que justifica mais utilizadoras do que utilizadores deste tipo de aplicações. Assim, os resultados permitem que se identifiquem os padrões tradicionais de género na utilização de aplicações de *self-tracking*, enfatizando-se um contexto de auto-vigilância e de auto-monitorização dos próprios corpos através dos avanços tecnológicos, como apontava Lupton (2016), sobretudo com aplicações que reforçam a auto-vigilância e auto-controlo do corpo feminino, reduzido à sua função sexual e reprodutiva.

Os restantes dados apresentados na Tabela 4 demonstram que, apesar de existirem menos homens do que mulheres a utilizar aplicações de *self-tracking*, os homens aparentam passar mais tempo nestas. Tal pode ser explicado devido à própria amplitude de naturezas das aplicações que se podem identificar como de *self-tracking*, que em comum possuem o auto-registo e a auto-vigilância, mas que possuem fins bastante diversificados. De todo o modo, daqui podem surgir leituras sobre a utilização geral de aplicações de *self-tracking* por parte de homens jovens adultos, em contextos de novas masculinidades. Os resultados sugerem que as aplicações de *self-tracking* podem ser um pequeno espaço digital de emancipação do autocuidado masculino, sobretudo aliado ao exercício e à saúde física, contribuindo para uma certa desmistificação de construções sócio-culturais tradicionais e patriarcais.

Tendo em conta o reduzido número de utilizações de aplicações de *self-tracking* na amostra, as leituras genderizadas sobre os padrões de utilização não podem ser determinadamente conclusivas, apesar de sugerirem a reprodução de construções hegemónicas e patriarcais da feminilidade. Nesse sentido, estudos com amostras mais significativas de utilizadores/as de aplicações de *self-tracking* poderão ser importantes para se aprofundar a ideia da continuidade dos padrões patriarcais de responsabilização da mulher pela sua capacidade reprodutiva, tal como serão importantes para se explorar se o autocuidado masculino é limitado e apenas circunscrito à auto-vigilância do exercício e da saúde física. Os resultados sugerem que as utilizações de aplicações de *self-tracking* por parte de jovens adultos/as em Portugal não antagonizam os padrões de género tradicionais (Simões e Amaral 2022). Poderão ser interessantes estudos focados na identificação de padrões de utilização distintos em diferentes faixas etárias, de modo a se verificarem as leituras aqui

apresentadas, auxiliando a compreensão da genderização, em conjugação com a faixa etária, da auto-vigilância e do auto-cuidado que as aplicações de *self-tracking* sugerem e reforçam.

### Referências bibliográficas

- Amaral, Inês, e Rita Basílio Simões. 2021. Online abuse against women: towards an evidence-based approach. Em *Digital media. El papel de las redes sociales en el ecosistema educomunicativo en tiempos de covid-19*, coordenado por J. Sotero González e J. González García, 579-592. Madrid: McGraw-Hill.
- Amaral, Inês, Ana Marta Flores, e Eduardo Antunes. 2022. "Desafiando imaginários: práticas mediadas de jovens adultos em aplicações móveis". *Revista Media & Jornalismo* 22 (41): 141-160. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_41\\_8](https://doi.org/10.14195/2183-5462_41_8)
- Burgess, Jean, Elija Cassidy, Stefanie Duguay, e Ben Light. 2016. "Making Digital Cultures of Gender and Sexuality With Social Media." *Social Media and Society* 2 (4): 1-4. <https://doi.org/10.1177/2056305116672487>.
- Cerqueira, Carla, e Sara I. Magalhães. 2017. "Ensaio Sobre Cegueiras: Cruzamentos Interseccionais e (in)Visibilidades Nos Media." *Ex Aequo*, no. 35: 9-20. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2017.35.01>.
- Couldry, Nick, e Ulises A. Mejias. 2019. "Data Colonialism: Rethinking Big Data's Relation to the Contemporary Subject." *Television and New Media* 20 (4): 336-49. <https://doi.org/10.1177/1527476418796632>.
- Crawford, Kate, Jessa Lingel, e Tero Karppi. 2015. "Our Metrics, Ourselves: A Hundred Years of Self-Tracking from the Weight Scale to the Wrist Wearable Device." *European Journal of Cultural Studies* 18 (4-5): 479-96. <https://doi.org/10.1177/1367549415584857>.
- Danaher, John, Sven Nyholm, e Brian D. Earp. 2018. "The Quantified Relationship." *American Journal of Bioethics* 18 (2): 3-19. <https://doi.org/10.1080/15265161.2017.1409823>.
- Epstein, Daniel A., Monica Caraway, Chuck Johnston, An Ping, James Fogarty, e Sean A. Munson. 2016. "Beyond Abandonment to Next Steps: Understanding and Designing for Life after Personal Informatics Tool Use." *Proc SIGCHI Conf Hum Factor Comput Syst*, 1109-13. <https://doi.org/10.1145/2858036.2858045>.Science.
- Findeis, Charlotte, Benedikt Salfeld, Stella Voigt, Benigna Gerisch, Vera King, Anna Rosa Ostern, e Hartmut Rosa. 2021. "Quantifying Self-Quantification: A Statistical Study on Individual Characteristics and Motivations for Digital Self-Tracking in Young- and Middle-Aged Adults in Germany." *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448211039060>.
- Fotopoulou, Aristeia, e Kate O'Riordan. 2017. "Training to Self-Care: Fitness Tracking, Biopedagogy and the Healthy Consumer." *Health Sociology Review* 26 (1): 54-68. <https://doi.org/10.1080/14461242.2016.1184582>.
- Gambier-Ross, Katie, David J McLernon, e Heather M Morgan. 2018. "A Mixed Methods Exploratory Study of Women's Relationships with and Uses of Fertility Tracking Apps." *Digital Health* 4: 1-15. <https://doi.org/10.1177/2055207618785077>.

- Gilbert, Andrew Simon. 2018. "Algorithmic Culture and the Colonization of Life-Worlds." *Thesis Eleven* 146 (1): 87–96. <https://doi.org/10.1177/0725513618776699>.
- Ging, Debbie, e Eugenia Siapera. 2018. "Special issue on online misogyny". *Feminist Media Studies* 18(4): 515-524. <https://doi.org/10.1080/14680777.2018.1447345>
- Ging, Debbie, e Eugenia Siapera. 2019. *Gender hate online: understanding the new anti-feminism*. Cham: Palgrave Macmillan. ISBN: 978 3 319962269
- Hamper, Josie. 2020. "'Catching Ovulation': Exploring Women's Use of Fertility Tracking Apps as a Reproductive Technology." *Body and Society* 26 (3): 3–30. <https://doi.org/10.1177/1357034X19898259>.
- Klenk, Saskia, Doreen Reifegerste, e Rebecca Renatus. 2017. Gender differences in gratifications from fitness app use and implications for health interventions. *Mobile Media & Communication* 5 (2): 178–193. <https://doi.org/10.1177/2050157917691557>
- Lemenager, Tagrid, Miriam Neissner, Anne Koopmann, Iris Reinhard, Ekaterini Georgiadou, Astrid Müller, Falk Kiefer, e Thomas Hillemacher. 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>.
- Lupton, Deborah. 2016. *The Quantified Self*. Cambridge: Polity Press.
- Mendes, Kaitlynn, Jessica Ringrose, e Jessalynn Keller. 2018. #MeToo and the promise and pitfalls of challenging rape culture through digital feminist activism. *European Journal of Women's Studies* 25: 236–46.
- Miguel, Raquel de Barros Pinto, Djenifer Samantha Marx, e Gilmar Joana Arndt. 2020. "Surfando Na Onda Digital: Feminismos Em Rede No Brasil." *Ex Aequo* 42: 119–34. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2020.42.07>.
- Miller, Vincent. 2020. *Understanding Digital Culture*. 2ª ed. SAGE Publications.
- O'Loughlin, Erin K., Catherine M. Sabiston, Melissa L. deJonge, Kristen M. Lucibello, e Jennifer L. O'Loughlin. 2022. "Associations among Physical Activity Tracking, Physical Activity Motivation and Level of Physical Activity in Young Adults." *Journal of Health Psychology* 27 (8): 1833–45. <https://doi.org/10.1177/13591053211008209>.
- Plan International. 2020. *Free to be online? Girl's and young women's experiences of online harassment*. <https://plan-international.org/publications/freetobeonline>
- Sanders, Rachel. 2017. "Self-Tracking in the Digital Era: Biopower, Patriarchy, and the New Biometric Body Projects." *Body and Society* 23 (1): 36–63. <https://doi.org/10.1177/1357034X16660366>.
- Simões, Rita Basílio, e Inês Amaral. 2022. "Sexuality and self-tracking apps: Reshaping gender relations and sexual reproductive practices". Em *The Routledge Companion to Gender, Sexuality, and Culture*, editado por Emma Rees, 413-423. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367822040-41>
- Simões, Rita Basílio, Inês Amaral, Sílvia Santos, e Juliana Alcantara. 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)

- Simões, Rita Basílio, Agda Baeta, e Bruno Frutuoso Costa. 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>
- Seneviratne, Suranga, Aruna Seneviratne, Prasant Mohapatra, e Anirban Mahanti. 2014. "Your Installed Apps Reveal Your Gender and More!" *SPME 2014 - Proceedings of the ACM MobiCom Workshop on Security and Privacy in Mobile Environments* 18 (3): 1-5. <https://doi.org/10.1145/2646584.2646587>.
- Vickery, Jacqueline R., e Tracy Everbach. 2018. *Mediating Misogyny: Gender, Technology, and Harassment*. Palgrave McMillan.
- Wissinger, Elizabeth. 2017. "Wearable Tech, Bodies, and Gender." *Sociology Compass* 11 (11): 1-14. <https://doi.org/10.1111/soc4.12514>.
- Yee, Nick, Jeremy N. Bailenson, e Nicolas Ducheneaut. 2009. "The Proteus effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior." *Communication Research* 36 (2): 285-312.
- Zhang, Jingwen, Christopher Calabrese, Jieyu Ding, Mingxuan Liu, e Biying Zhang. 2018. "Advantages and challenges in using mobile apps for field experiments: A systematic review and a case study." *Mobile Media & Communication* 6 (2): 179-196. <https://doi.org/10.1177/2050157917725550>
- Zhang, Xiaofei, Xitong Guo, Kee-Hung Lai, Feng Guo, e Chenlei Li. 2014. "Understanding gender differences in m-health adoption: A modified theory of reasoned action model". *Telemedicine and e-Health* 20 (1): 39-46.

## Breve CV

### **Eduardo Antunes**

Investigador do projeto MyGender, doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade de Coimbra, onde concluiu o mestrado em Jornalismo e Comunicação. Locutor e autor de programas na RUC, tendo sido coordenador de programas em 2021/2022. Conta com uma passagem profissional de 3 meses no Cairo, Egito, por via de estágios internacionais da AIESEC. Entre a atenção dada à música, à comunicação e à investigação, procura desenvolver estudos sobre as dinâmicas do orientalismo e de género nos média.

### **Rita Basílio de Simões**

Professora auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Doutorada em Ciências da Comunicação, o seu trabalho tem cruzado a investigação do jornalismo e dos média digitais e os estudos feministas em comunicação. Investigadora integrada do Instituto de Comunicação da Universidade Nova de Lisboa (ICNova), coordena, desde 2019, o Grupo de Trabalho em Género e Sexualidades da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação e a participação portuguesa no Global Media Monitoring Project.

### **Inês Amaral**

Professora Associada da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. Doutorada em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho, é investigadora integrada do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade e investigadora associada do Centro de Estudos Sociais da Universidade de



Coimbra. Tem investigado sobre sociabilidades nas redes sociais digitais, participação e media sociais, género e media, literacia mediática, tecnologias e envelhecimento ativo, e audiências na era digital.

**Ana Marta M. Flores**

Ana Marta M. Flores é doutora e mestre em jornalismo, pós-doutoranda na Universidade de Coimbra e pesquisadora integrada ao ICNOVA. Também é pesquisadora colaboradora no Trends and Culture Management Lab (Universidade de Lisboa), Obi.Media - Observatório de Inovação nos Media e do Observatório do Populismo do século XXI. É professora auxiliar convidada na Universidade NOVA de Lisboa. É também a communication officer da seção Digital Culture and Communication da ECREA.