



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Sentimento de Pertença a uma Comunidade Digital de Combate à Violência Sexual Baseada em Imagens:

Estudo de Caso #NaoPartilhes

Marta Filipa Machado Caixeirinho

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada, ISCTE- Instituto
Universitário de Lisboa

novembro, 2022

Sentimento de Pertença a uma Comunidade Digital de Combate à Violência Sexual Baseada em Imagens: Estudo de Caso #NaoPartilhes

Marta Filipa Machado Caixeirinho

Mestrado em Gestão de Novos Media

Orientadora:

Doutora Cláudia Álvares, Professora Associada, ISCTE- Instituto
Universitário de Lisboa

novembro, 2022

Resumo

Com o intuito de tentar compreender como se caracteriza a comunidade #NaoPartilhes e se é percebido um sentimento de pertença por parte dos seus membros, foi aplicado um inquérito por questionário, autoadministrado. Nele constaram perguntas de cariz sociodemográfico – que para esta análise não se considerou relevante enfatizar –, questões de cariz atitudinal e comportamental, bem como medição de sentimento de pertença. O sentimento de pertença à comunidade por parte dos seus membros foi medido através do *Sense of Community Index-1 (SCI-2)* (escala de 24 itens). Este índice é uma medida frequentemente utilizada nas ciências sociais para avaliar o sentimento de comunidade. É baseado na teoria de McMillan e Chavis (1986) de que um sentimento de comunidade é “uma percepção com uma componente afetiva”. Esta teoria identifica quatro elementos de um sentimento de comunidade: *Reforço das Necessidades, Associação, Influência e Conexão Emocional Compartilhada*. Foi possível concluir que o surgimento do #NaoPartilhes veio determinar o panorama da VSBI em Portugal, sendo que os membros do movimento percebem um sentimento de pertença a esta comunidade digital, considerando que contribuiu para uma maior consciencialização acerca da temática e admitindo ser uma referência quando se deparam com a ocorrência deste crime.

Palavras-chave: Comunidade, Sentimento de Pertença, Violência Sexual Baseada em Imagens, Redes Sociais Online, Ativismo Digital

VSBI: Violência Sexual Baseada em Imagens

Abstract

In order to try to understand how the #NaoPartilhes community is characterized and whether or not a feeling of belonging is perceived by its members, a self-administered questionnaire survey was applied. It included sociodemographic questions - which for this analysis were not considered relevant to emphasize -, attitudinal and behavioral questions, as well as measurement of the sense of belonging. Community members' sense of belonging to the community was measured using the Sense of Community Index-1 (SCI-2) (24-item scale). This index is a frequently used measure in the social sciences to assess sense of community. It is based on McMillan and Chavis' (1986) theory that a sense of community consists in "a perception with an affective component." This theory identifies four elements of a sense of community: Reinforcement of Needs, Association, Influence, and Shared Emotional Connection. It was possible to conclude both that the emergence of #NaoPartilhes has determined the panorama of VSBI in Portugal and that members of the movement perceive a sense of belonging to this digital community, considering that it has contributed to a greater awareness of the theme while having become a reference in contexts of occurrence of this crime.

Keywords: Community, Sense of Belonging, Image-Based Sexual Violence, Social Media, Digital Activism

IBSV: Image-Based Sexual Violence

Índice

Resumo	i
Abstract	ii
Capítulo I.....	1
Introdução	1
1.1. Contextualização	1
1.2. Relevância do Tema	2
1.3. Pergunta de Partida e Objetivos	4
Capítulo II.....	5
Revisão da Literatura	5
2.1. Ativismo Digital	5
2.2. Comunidade Digital.....	5
2.3. Sexting	8
2.4. Sentimento de Pertença	9
2.5. Violência Sexual Baseada em Imagens (VSBI)	9
2.5.1. Pornografia VS Sexualidade	12
Capítulo III.....	15
Metodologia e Análise dos Resultados	15
3.1. Método Utilizado	15
3.2. Caracterização da Amostra	16
3.3. Análise dos Resultados	16
3.3.1. Operacionalização das Variáveis	16
3.3.2. Correlação entre Dimensões.....	23
3.3.3. Outros Dados.....	24
Capítulo IV	25
Discussão e Conclusões	25
Bibliografia.....	27
Anexos	29
Anexo A – Questionário Aplicado	29
Anexo B - Posicionamento da amostra face ao movimento #NaoPartilhes	33
Anexo C - Distribuição de respostas em relação à questão “Desde quando conheces o #NaoPartilhes?”	33
Anexo D - Distribuição de respostas em relação à questão “Com que frequência consumes conteúdo partilhado pela página #NaoPartilhes?”	33

Capítulo I

Introdução

1.1. Contextualização

As transformações na morfologia da sociedade têm vindo a ser discutidas, podendo esta, hoje, ser caracterizada como uma sociedade em rede (Rigitano, 2003, p. 1), e com essa rede surge aquele que é o espaço de protesto contemporâneo – um espaço híbrido, “onde a internet e as ruas se interligam de formas variadas” (Castells, 2012, como citado em Campos et al., 2016, p. 29).

É indubitável que temos vindo a assistir, “ao aparecimento de formas novas e inesperadas de mobilização coletiva e de ativismo”, que inovam no sentido em que fazem da utilização de equipamentos e de media digitais recursos fulcrais para a participação política e cívica (Campos et al., 2016, p. 28), sendo, por isso, cada vez mais atribuída importância ao digital para a mobilização coletiva (idem, p. 29).

As redes sociais surgem então “enquanto instrumento de democratização e participação pública” (Dahlgren, 2013, como citado em Campos et al., 2016, p. 29), na medida em que são “palco para a ação de protesto” (Campos et al., 2016, p. 30). Entre as ações mais comuns podemos salientar algumas que reproduzem táticas comuns *offline*, como é o caso da proliferação de petições *online* ou as manifestações virtuais (ibidem).

Em tempos de turbulência social, estas novas ferramentas tecnológicas e meios de comunicação têm-se demonstrado particularmente pertinentes “para exprimir reivindicações e organizar o protesto, favorecendo o surgimento de formas de mobilização informal (...) da ação política e cívica.” (Campos et al., 2016, p. 28).

Segundo Castells (2001, como citado em Rigitano, 2003, p. 2), “as lutas contemporâneas apresentam movimentos sociais com uma estrutura cada vez mais horizontal e em rede”, verificando-se a horizontalidade da comunicação e sincronia da mesma em larga escala, a difusão de conteúdos e, de relevar, a produção de conteúdos (Castells & Cardoso, 2006, como citado em Magalhães et al., 2018, p. 15).

Denota-se a progressiva emergência do intitulado do ciberativismo ou ativismo online/digital, que se pode entender como “a utilização da Internet por movimentos politicamente motivados” (Vegh, 2003, p.71, como citado em Rigitano, 2003, p. 3), visando atingir as suas “tradicionais metas ou lutar contra injustiças que ocorrem na própria rede” (Gurak & Logie, 2003; McCaughey & Ayers, 2003, como citado em Rigitano, 2003, p. 3). Ao serem incorporados na rede, os movimentos expandem e desenvolvem as suas atividades, sendo que a “utilização da rede por parte desses grupos visa, dentre outras coisas, poder difundir informações e reivindicações sem mediação, com o objetivo de buscar

apoio e mobilização para uma causa; criar espaços de discussão e troca de informação; organizar e mobilizar indivíduos para ações e protestos online e offline.” (Rigitano, 2003, p. 3).

No que diz respeito a estas práticas, os jovens têm tido um papel preponderante, ainda que não exclusivo, “enquanto rosto visível do descontentamento generalizado” (Campos et al., 2016, p. 28).

Como mencionado por Campos et al. (2016, p. 31) o ativismo online permite que os movimentos sociais tenham como destinatários não só os ativistas, mas o público em geral, os utilizadores das plataformas onde estão presentes estes movimentos, o que se verifica no nosso objeto de estudo – o *movimento #NãoPartilhes*. A utilização e participação nesta comunidade não carece de competências técnicas sofisticadas, focando-se essencialmente na disseminação de mensagens nas redes sociais, redes sociais estas que “estão a contribuir largamente para o sucesso das causas sociais tendo, hoje em dia, um papel ativo em aliciar os jovens para a sua participação” (Kelly Richards, como citado em Sebastião & Elias, 2011, pp. 63-64). Este espaço virtual surge como “um showcase que permite a explanação de discursos, projetos e causas, e a transferência de informação e conhecimento” (Campos et al., 2016, p. 31).

A presença deste movimento na internet resulta, frequentemente, não só numa eficaz difusão destes movimentos, como “no recrutamento de aliados em diversas partes do globo, podendo esta difusão ocorrer de forma extremamente acelerada” (Juris, 2004, como citado em Campos et al., 2016, p. 31), e o caso do #NaoPartilhes não é exceção, que vê crescer o número de seguidores dia após dia.

Seguindo esta lógica, nesta dissertação pretende-se abordar a temática do crime de *Violência Sexual Baseada em Imagens*. Esta é uma temática que apresenta uma ambiguidade uma vez que “se por um lado a partilha de conteúdos não autorizados é um assunto que tende a ser cada vez mais falado, por outro parece ser também cada vez mais ignorado” (Shifter, 2020).

1.2. Relevância do Tema

Em outubro de 2020, Inês Marinho criou a página #NaoPartilhes e iniciou este movimento que, em apenas 2 dias, já contava com 19 mil seguidores no Instagram (Shifter, 2020). Atualmente, cerca de dois anos após a sua criação, conta com mais de 41 mil seguidores. Com a criação de Twitter e as imensas histórias de partilha não consentida de conteúdos íntimos que receberam, o impacto é notório. É neste contexto de partilha de experiências que Inês conhece de perto e apoia as vítimas deste crime, e que tem também desenvolvido um trabalho importante na consciencialização para este problema.

Segundo Inês (Shifter, 2020), o movimento surgiu “com o intuito de desmistificar um pouco este problema que existe há anos, a partilha de conteúdos íntimos de outrem sem o seu consentimento”.

Acrescenta que pretende “ajudar e apoiar as vítimas, consciencializar o resto e quebrar este ambiente de “vergonha” em relação a este assunto” (*ibidem*).

Esta “comunidade de entreajuda” revela-se fundamental, não só para alertar que é necessário quebrar a corrente deste tipo de partilhas, mas também para que as vítimas se sintam apoiadas (Espalha-Factos, 2021).

São várias as motivações para o abuso e prática deste crime, sendo que “na maioria das vezes envolvendo ex-parceiros românticos, casos que se categorizam de *revenge porn*” (Shifter, 2020). Os conteúdos partilhados são variados e vão desde fotos a vídeos íntimos, passando por fotografias tiradas em contextos comuns e espaços comuns, e chegam até a ser imagens adulteradas. Em qualquer das situações mencionadas, “o consentimento não existe e todo o conteúdo é divulgado e partilhado em plataformas de mensagens encriptadas, em pequenos *chats* de amigos ou até em grupos com milhares de participantes. As fotos e vídeos podem mesmo chegar a *sites* de pornografia” (Espalha-Factos, 2021).

Um estudo realizado em 2017 pela Cyber Civil Rights Initiative, pôde concluir que 1 em cada 8 utilizadores de redes sociais foram alvo de “*pornografia não autorizada*” (abordaremos o conceito de *pornografia* adiante), com maior incidência percentual em adolescentes e mulheres (Shifter, 2020).

Em Portugal, não existem ainda estudos concretos que possibilitem avaliar o panorama nacional. No entanto, a necessidade de abordar o assunto é cada vez maior e aprova disso está na criação do movimento #NaoPartilhes (Shifter, 2020) e na forte adesão ao mesmo.

De acordo com a APAV - Associação Portuguesa de Apoio à Vítima, no ano de 2021 foram registados pela associação 504 crimes contra as pessoas: honra, dos quais 113 foram crimes registados de devassa da vida privada/gravações e fotografias ilícitas (Estatísticas APAV: Relatório Anual 2021), registando-se mais 5 vítimas em relação ao ano anterior.

Inês Marinho é também uma das envolvidas na petição “Pornografia partilhada de forma não consentida: crime público”, que pretende transformar a partilha não consentida de conteúdo íntimo em crime público (Espalha-Factos, 2021). A 20 de maio de 2021, o que começou por ser uma página na rede social Instagram, tornou-se oficialmente uma associação.

Como evidenciado por Faustino et al. (2022, p. 10), “a associação Não Partilhes, fundada por Inês Marinho e formalizada em 2021, começou como movimento nas redes sociais, tendo surgido com o propósito de “apoiar vítimas da partilha de conteúdos íntimos não autorizado” e contribuindo, desde então, para a visibilidade e discussão pública em torno da VSBI em Portugal.

1.3. Pergunta de Partida e Objetivos

Esta dissertação explora a indução e dinamização de uma comunidade digital, com propósitos de consciencialização acerca da temática da Violência Sexual Baseada em Imagens (doravante VSBI), identificando o valor que a participação na comunidade tem para os seus membros (vítimas e simpatizantes do combate à VSBI). Investigam-se também as dinâmicas emergentes nestes contextos online. O argumento apresentado é o de que a criação do movimento #NaoPartilhes contribuiu para uma maior consciencialização e para dar suporte e capital informativo relevante acerca do crime de VSBI, sendo, deste modo, uma forma de ativismo e participação pública e cívica em Portugal.

A questão que norteou a investigação foi:

Estará o #NaoPartilhes a contribuir para o sentimento de pertença a uma nova comunidade digital de combate à violência sexual online?

Posto isto, definiu-se então como objetivos:

- 1) Tentar compreender qual o perfil dos membros desta comunidade;
- 2) Tentar compreender se o movimento #NaoPartilhes está a contribuir para o sentimento de pertença a um grupo/comunidade:
 - Se sim, como tal se processa?
- 3) Tentar perceber se o movimento #NaoPartilhes está a fomentar uma perceção de maior consciencialização deste crime.

Capítulo II

Revisão da Literatura

2.1. Ativismo Digital

Os coletivos online podem servir como formas estratégicas de instrumentalização para redes de movimentos. De modo a compreender os movimentos sociais contemporâneos é necessário tentar compreender “as maneiras pelas quais os indivíduos se tornam sujeitos dos seus destinos pessoais e como esses sujeitos se transformam em atores políticos por meio de conexões em rede” (Puente, 2011, p. 335).

Nia Michelle Nunn (como citado em Erigha & Croooks-Allen, 2020, p. 71), defende o envolvimento na justiça social, ativismo e educação para a sensibilização social e política de modo a “compreender a opressão, o poder e o privilégio; a análise crítica e o consumo de meios de comunicação e cultura popular; e a reconstrução de imagens e percepções negativas”. Os discursos online facilitados pelas novas tecnologias de media não apenas combatem disseminação de narrativas convencionais tóxicas (...) mas também permitem a criação de novas narrativas que centralizam emoções positivas” (idem).

Assim, “a Internet e os media sociais fornecem um espaço público virtual para autodefinição, consciencialização e elevação positiva” (Erigha & Croooks-Allen, 2020, p. 73). Com recurso à Internet e media sociais, pessoas de comunidades marginalizadas têm conseguido aumentar a sua visibilidade, disseminando as suas mensagens e inserindo as suas narrativas e diálogos convencionais (Erigha & Croooks-Allen, 2020, p. 69), superando a marginalização e aniquilação simbólica.

Frequentemente, redes sociais como Twitter, Instagram, Facebook são palco de conversas inspiradoras, leituras, reuniões e workshops regulares, encontros esses que fomentam o envolvimento enquanto fortalecem os sentimentos de comunidade, cultura e pertença, bem como promovem o desenvolvimento de identidade e afirmação positiva (Erigha & Croooks-Allen, 2020, p. 72). Ocorre, assim, elevação emocional dada a partilha de histórias pessoais, que apelam à empatia.

As novas tecnologias de media “podem não refletir o modelo mais sustentável de construção institucional duradoura;” no entanto, essas tecnologias podem integrar um “modo mais ideal de controlar, combater e moldar narrativas para permitir uma mudança epistemológica imperativa em nomear, estudar e reivindicar” (Erigha & Croooks-Allen, 2020, p. 74).

2.2. Comunidade Digital

Em 1993, Howard Rheingold foi pioneiro na utilização do conceito de *comunidade virtual*. Rheingold define a comunidade virtual como “uma agregação cultural formada pelo encontro sistemático de um grupo de pessoas no ciberespaço”, cuja principal característica se prendia com a coatuação dos seus participantes, os quais compartilham “valores, interesses, metas e posturas de apoio mútuo, através de interações” na esfera online (Mussoi et al, s.d).

Segundo Mussoi et al. (s.d), comunidades virtuais “são redes eletrônicas de comunicação interativa auto-definida, organizadas em torno de um interesse ou finalidade compartilhada”, sendo que podem integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos, isso tudo devido a sua diversificação, multimodalidade e versatilidade (Schlemmer, 2005 como citado em Mussoi et al., s.d).

A comunidade é caracterizada pela existência de um sentimento de pertença, territorialidade, permanência, ligação entre o sentimento de comunidade, caráter corporativo e emergência de um projeto comum, e a existência de formas próprias de comunicação (Palacios, 1998 apud Sampaio – Ralha, 2000 como citado em Mussoi et al, s.d).

Uma comunidade pode ser considerada uma entidade híbrida, isto é, física e virtual. Esta não pode existir total e absolutamente dentro do espaço virtual. A comunidade nunca pode escapar totalmente dos limites do físico; o físico, apesar da sua aparente transformação com o virtual, continua a impor restrições à vida das pessoas” (Stone, 1994 como citado em Ward, 1999).

As comunidades virtuais são definidas como redes virtuais de comunicação interativa, organizadas em torno de interesses compartilhados (Mussoi et al, s.d). Neste sentido, os indivíduos que compõem esta comunidade interagem entre si de acordo com as suas necessidades num determinado ambiente, com o intuito de solucionar os seus problemas ou para prosseguir o que procuravam. De acordo com a teoria do capital social e da atividade, “a utilização de um instrumento numa dinâmica social e cultural e das ações de colaboração que ocorrem no âmbito de uma comunidade estão relacionadas com as vantagens que se podem obter dentro da comunidade e da comunidade pessoal ou satisfação coletiva das necessidades pré-existentes” (Damásio et al., 2012, p. 142). Monteiro (2013, pp. 1-2) corrobora afirmando que “os laços são fracos, muitas vezes fugazes e, no seu conjunto, traduzem uma relação individualizada e personalizada com a sociedade, que de outro modo se perderia por constrangimentos diversos”.

Apesar de erguer à sua volta uma rede pessoal de locais, pessoas e recursos, “que é fonte de informação, trabalho, lazer, comunicação e participação como cidadão” (Monteiro, 2013, pp. 1-2), os participantes tendem a apresentar um caráter transitório, isto é, só participarão por curto períodos enquanto lhes for benéfico usufruir dos recursos que a comunidade online tem a oferecer (Ward, 1999). Neste sentido, qualquer comunidade online pode possuir apenas um núcleo de participantes

regulares e uma grande quantidade de membros transitórios. Contudo, “o estado frágil da agregação online não remove o seu status de comunidade” (idem).

Considerações de Pierre Lévy (como citado em Mussoi et al, s/d) acrescentam que a comunidade virtual é construída “sobre afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, independente das proximidades geográficas e das filiações institucionais”, pelo que a moral implícita de uma comunidade virtual assenta na reciprocidade e confiança mútua (Coutinho, 2007, p 31). À semelhança do que pode acontecer numa comunidade presencial, nas virtuais podem emergir afinidades, amizades, conflitos, manipulações e tentativas de engano (Mussoi et al, s/d).

A diferenciação comum entre comunidades presenciais e virtuais não é linear, “sendo antes uma barreira estreita na qual esses dois conceitos estão incorporados um no outro” (Damásio et al., 2012, p. 143), ocorrendo uma convergência entre o físico e o digital, pelo que a comunidade online surge num espaço híbrido que não é absolutamente físico nem virtual (Ward, 1999).

Os líderes e moderadores atuam como animadores de comunidades virtuais. Trata-se de uma função muito importante, pois o animador de comunidades é o “o agente da ação social, que promove a inter-relação, instiga à participação, traz ideias e temas a serem debatidos”, estando incumbido de “agitar, promover a comunicação e a interação entre as partes, no processo de comunicação” (Sampaio-Ralha, 2000 como citado em Mussoi et al, s/d).

Rheingold argumenta que, sobretudo entre os indivíduos mais jovens, essas comunidades virtuais podem ser tão preponderantes na formação de suas opiniões sobre produtos, pessoas e acontecimentos quanto a interação face-a-face das comunidades “reais” (Coutinho, 2007).

Segundo Castells (2001 como citado em Monteiro, 2013, p. 1), as tecnologias da informação e comunicação espoletam novas formas de sociabilidade, em particular na Internet – “o motor de todas estas transformações”. Recorrendo alguns autores ao termo “online”, enfatiza-se as mutações no âmbito de uma sociedade cada vez mais digitalizada, pelo que se passa a adotar o termo “comunidade digital”.

Esta comunidade digital permite trocas informacionais constantes, facultando que se desafiem ideais e se quebre o silêncio face a problemas sociais, como é o caso do abuso que ocorre na Internet, fazendo assim aumentar a consciencialização relativa ao assédio online, tentando-se impedi-lo (Ward, 1999). Estudos revelam que os participantes estão a “começar a encarar o assédio online com a mesma gravidade que o assédio no mundo físico” e também o consideram como uma consequência das suas vidas offline, reforçando assim a natureza interconectada do físico e do virtual (Ward, 1999).

Ora, a identidade própria do indivíduo e a identidade do grupo estão em uma relação reflexiva uma com a outra, pelo que “a comunidade não se realiza plenamente sem uma conceção de si e, da mesma forma, o grupo como um todo influencia a formação de si” (Ward, 1999). Ainda que os

membros de uma comunidade digital nunca se encontrem pessoalmente, experimentam a unidade a partir do seu objetivo comum (Ward, 1999).

2.3. Sexting

Sexting, definido como “enviar, receber ou solicitar sexualmente fotos ou vídeos sugestivos, nus ou quase nus” via dispositivo móvel, é uma atividade comum e está a tornar-se uma etapa normativa no processo de namoro (Lenhart, 2009; Temple & Choi, 2014, como citado em Speno & Aubrey, 2019, p. 88). Alguns autores afirmam mesmo que sexting é “a nova primeira base” de um relacionamento (Joyce, 2014, para. 2, como citado em Speno & Aubrey, 2019, p. 88), assumindo valores, entre adolescentes, que variam amplamente de 2,5% (K. J. Mitchell, Finkelhor, Jones e Wolak, 2012) para mais de 50% (Strassberg, McKinnon, Sustaita e Rullo, 2013), mediante o rigor das definições de *sexting* adotadas (Speno & Aubrey, 2019, p. 88).

De acordo com Speno e Aubrey (2019, p. 88), *sexting* é “uma manifestação de auto-objetificação de traços e a internalização de ideais mediáticos específicos de género sobre atratividade”. Os autores acreditam que extroversão, neuroticismo, baixa amabilidade, estar num relacionamento romântico (Delevi & Weisskirch, 2013), a autoperceção da popularidade do outro sexo e a necessidade de popularidade (NFP; Abeele, Campbell, Eggermont, & Roe, 2014) estão associados a comportamentos de *sexting* (Speno & Aubrey, 2019, p. 88)

Ainda que a causalidade direcional não tenha sido determinada, Speno e Aubrey (2019, p. 88) afirmam existir uma associação positiva entre *sexting* e violência digital no namoro (Morelli, Bianchi, Baiocco, Pezzuti e Chirumbolo, 2016), coerção sexual (Choi, Van Ouytsel, & Temple, 2016; Thomas, 2018) e consumo de pornografia (Van Ouytsel, Ponet e Walrave, 2014).

Uma fração considerável de adolescentes acredita que seus pares aprovam *sexting*, particularmente se este ocorrer dentro de relacionamentos confiáveis e quando todos os as partes consentem (Burén et al., 2021, p. 1).

Num estudo levado a cabo por Burén et al. (2021, p. 1), uma grande parte dos adolescentes descreveu que os pares não aceitavam o *sexting*, enfatizando que os conteúdos partilhados podem ser reencaminhados para outras pessoas. Os participantes também revelaram que o *sexting* é visto “como um fenómeno de género cercado por padrões sexuais duplos”, onde o sexo feminino corre um maior risco de sofrer consequências. Alguns participantes destacaram a visão dos pares de que os adolescentes recorrem ao *sexting* para chamar à atenção, e alguns afirmam que *sexting* é visto como uma atividade agradável (*ibidem*). Entre janeiro de 1990 e junho de 2016, Madigan et al. (2018, p. 333 como citado em Burén et al., 2021, p. 2) procederam a uma revisão sistemática e meta-análise, efetuada através pesquisas eletrónicas em MEDLINE, PsycINFO, EMBASE e Web of Science e incluindo

estudos do Estados Unidos da América, Austrália, Canadá, África do Sul e Coreia do Sul (tendo sido analisados 1147 registos não duplicados), mostrando os resultados que 15% dos adolescentes enviaram *sexts* e cerca de 30% receberam *sexts*, constatando-se ainda que a prevalência de sexting tem aumentado nos últimos anos.

2.4. Sentimento de Pertença

Muitos de nós já nos teremos “deparado com a necessidade emocional de pertencer a um determinado grupo e de por ele ser aceite”, associando-se frequentemente essa necessidade ao conceito de “pertença” (Ribeiro, 2021, p. 37).

O sentimento de pertença pode ser encarado como “a noção de que o indivíduo é parte do todo, coopera para uma finalidade comum com os demais membros (caráter corporativo, sentimento de comunidade e projeto comum); a territorialidade, o locus da comunidade; a permanência, condição essencial para o estabelecimento das relações sociais” (Mussoi et al, s/d). O conceito pode ser utilizado ainda para se referir a “uma movimentação penetrante para formar e manter, pelo menos, uma quantidade mínima de relações interpessoais duradouras, positivas e significativas” (Baumeister & Leary, 1995, p. 497 como citado em Ribeiro, 2020, p. 9).

Hogg (2009 como citado por Ribeiro, 2020, p. 9) defende que a participação num grupo “ajuda a reduzir o sentimento de incerteza subjetiva, fornecendo uma ordem e um potencial de significado em circunstâncias que de outra forma seriam confusas”. Sentir que se pertence a grupos sociais pode contribuir para se atribuir significado à vida de inúmeras maneiras, como “proporcionar estabilidade, ajudar os indivíduos a criar uma identidade social compartilhada e permitir que eles procurem atingir objetivos coletivos de ordem superior” (Haslam et al., 2009 como citado por Ribeiro, 2020, p. 9)

Não obstante, mais recentemente tem-se vindo a avançar a ideia de que os cidadãos poderão desenvolver um sentimento de pertença igualmente forte em relação a mais do que uma comunidade, “sem terem necessariamente de optar por somente uma delas enquanto a sua identificação primária” (Risse, 2009, p.151 como citado em Ribeiro, 2021, p. 4).

2.5. Violência Sexual Baseada em Imagens (VSBI)

No seio da crescente confluência entre tecnologia e sexualidade (Henry e Powell, 2018; McGlynn e Rackley, 2017; Faustino, 2018), irrompem novas formas de interação e violência sexual, “perpetradas com recurso a, ou através de, novas tecnologias” (Henry e Powell, 2016, 2018 como citado em Faustino et al, 2022, p. 4). Neste vasto panorama da violência tecnologicamente facilitada (Henry e Powell, 2016; 2019), integra-se a Violência Sexual Baseada em Imagens (VSBI) (image-based sexual abuse, no

original: McGlynn e Rackley, 2017; Henry et al, 2020), isto é, uma panóplia de comportamentos sexualmente abusivos – porquanto violam o consentimento sexual das vítimas – incorridos com recurso a imagens. Nesta definição, incluem-se três comportamentos elementar: a captação não consentida, a partilha não consentida e a ameaça de partilha (mesmo que não efetivada) de imagens de nudez e/ou índole sexual (Henry et al, 2020 como citado em Faustino et al, 2022, p. 4).

De acordo com a UMAR (2021, p. 13), a violência sexual pode tomar diversas formas, sendo uma delas a divulgação não consentida de vídeos e fotografias íntimas. As consequências para a vítima são diversas e podem variar de indivíduo para indivíduo, uma vez que que “a forma como cada pessoa responde a uma situação de violência pode variar de acordo com o contexto e com as suas estratégias de *coping*” (UMAR, 2021, p. 24). Não obstante, a literatura evidencia consequências a nível da saúde física e psicológica das vítimas de violência, assim como os “custos humanos, sociais e económicos da violência de género e doméstica contra as mulheres (Lisboa et al., 2005; 2006 como citado em UMAR, 2021, p. 24). Quando analisamos violência sexual, reportam-se “consequências graves na saúde física e psicológica, assim como consequências para a família, crianças e comunidades (Harris & Freccero, 2011 como citado em UMAR, 2021, p. 24), destacando-se elevados níveis de stress pós-traumático, depressão, ansiedade e, ainda, ideação suicida.

Tendo como referência o conceito de “image-based sexual abuse”, adota-se a expressão “Violência Sexual Baseada em Imagens”. No entanto, deixamos cair *abuso* e falamos em violência, por “oferecer maior amplitude e melhor apontar o horizonte de violência de que tratamos” (Faustino et al, 2022, p. 3)

Tal como afirmam Faustino et al. (2022, p. 2), urge a necessidade de reconhecer a VSBI como violência sexual de facto. A insistência numa matriz fisicalista (Faustino, 2017, como citado em Faustino et al., 2022, p. 2), que vincula a violência sexual necessariamente a uma agressão física, tem menosprezado a violência sexual exercida com recurso a imagens, “como se de uma degenerescência ontológica se tratasse”. Neste sentido, o reconhecimento da VSBI é essencial tanto para “o planeamento da sua prevenção e sensibilização, como para a implementação de mecanismos eficazes de regulação, investigação e punição”. Acresce ainda a necessidade de desenhar, implementar e efetivar recursos de a vítimas-sobreviventes (idem).

As autoras afirmam ainda que veem os media “como efetivos agentes de construção e reconfiguração dos significados sociais” – sobretudo no que diz respeito à violência sexual (Faustino et al, 2022, p. 2). Paralelamente, o conceito de imagem abarca uma pluralidade de sentidos, que engloba fotografias e vídeos de índole ou teor sexual (Henry et al., 2020 como citado em (Faustino et al, 2022, p. 3). Assume-se também a *nudes* como imagens de uma pessoa sem roupa (a exposição da nudez pode ser total ou parcial).

A partilha não consentida de imagens íntimas é comumente conhecida como “pornografia de vingança” [revenge porn] (ou ainda como “pornografia não consentida” ou “pornografia involuntária”). No entanto, a expressão “pornografia de vingança” tem vindo a ser alvo de críticas por académicos/os e ativistas que destacam os seus equívocos e limites (Maddocks, 2018; Ribeiro, 2019; Faustino, 2021^a como citado em Faustino et al, 2022, p. 4): “a referência a “pornografia” aligeira a abordagem, tirando o foco da violência e remetendo para uma dimensão de entretenimento masculino”.

Salienta-se ainda que a utilização do conceito de pornografia é falaz uma vez que “parte da inadmissível premissa de que tirar uma fotografia na intimidade, ainda que em nudez parcial ou total, é pornografia; como não subscrevemos que registar em imagem um ato sexual no contexto de uma relação de intimidade no pressuposto de que o registo se mantenha privado se possa considerar pornografia” (Lança, 2022, p. 98 como citado em Faustino et al, 2022, p. 5)

Para além do já mencionado, a alusão a “vingança” não é rigorosa (Ribeiro, 2019 como citado em Faustino et al, 2022, p. 5). Isto porque nem sempre a divulgação é feita por ex-parceiros íntimos, sendo plausível que possa ser feita por estranhos/as e ter outros pretextos para o fazer, que vá além de uma “vingança” pessoal, “como a obtenção de lucro pela comercialização das imagens ou o exercício e performance de uma masculinidade dominante” (idem). Ademais, “a expressão “vingança” é potencialmente culpabilizadora das vítimas, porquanto o termo “vingança” induz um sentido de “castigo”, punição, retribuição ou retaliação, subentendendo um qualquer delito ou erro cometido pela vítima” (Faustino et al, 2022, p. 5)

Como evidenciado por Faustino et al. (2022, p. 10), “a associação Não Partilhes, fundada por Inês Marinho e formalizada em 2021, começou como movimento nas redes sociais, tendo surgido com o propósito de “apoiar vítimas da partilha de conteúdos íntimos não autorizado”, e tendo vindo a contribuir desde então para a visibilidade e discussão pública em torno da VSBI em Portugal.

Surge também a necessidade de denominar quem passa por esta forma de violência sexual. É então que se considera chamá-las de sobreviventes – e não de vítimas – exaltando assim o “seu papel ativo e positivo, através do qual as mulheres resistem, usam as suas estratégias de *coping* e sobrevivem, um caminho percorrido no sentido de um processo de recuperação (Ribeiro, 2019, p. 29). No contexto do Direito e do Código Penal, é o termo *vítima* que continua a ser o aplicado, “pois concede-lhe um estatuto de alguém que sofreu um crime e dá-lhe certos direitos de acordo com a Lei (SAKI, 2015), e por isso, este termo continua a assumir um papel importante, com risco de, ao mudar a terminologia, haver detrimento destas situações em função de outras, parecendo estas menos graves” (Ribeiro, 2019, p.29). Será, assim, este o termo que adotaremos ao longo da pesquisa.

2.5.1. Pornografia VS Sexualidade

Importa ainda distinguir os conceitos de *pornografia* de *sexualidade*, que facilmente podem causar confusão conceptual. Ainda que se verifique uma dificuldade em estabelecer uma definição consensual de pornografia (Lopes, 2013) – de acordo com o conceito frequentemente difundido em investigações ligadas a esta temática –, podemos considerar que por pornografia entende-se “qualquer material sexualmente explícito (imagens; fotografias; vídeo; áudio; jogos; textos e narrativas; “screensavers”; fundos) com exibição dos órgãos genitais e atos sexuais realmente praticados, com o objetivo de criar excitação sexual no espectador” (Fisher & Barak, 2001; Kingston, et al, 2009; Reid et al, 2011; Short et al, 2012 como citado em Lopes, 2013). Para além disto, a pornografia constitui-se como “um fenómeno socialmente construído que contém significados dependentes da cultura e do tempo em que se insere, tal como diferentes compreensões do seu significado a nível individual” (Carroll, Busby, Willoughby, & Brown, 2017; Kohut, 2014; Campbell, como citado em Halpern, 2018).

Acresce-se que a pornografia diz também respeito a um género de indústria “responsável pela produção e distribuição de material sexualmente explícito, com o intuito de provocar excitação sexual, utilizada no entretenimento de adultos” (Mackinnon, 2011, como citado em Lopes, 2013). A representação sexual tem-se mostrado fortemente ligada ao desenvolvimento tecnológico, perceptível não só na evolução da imprensa escrita, na fotografia, no cinema e vídeo, mas também, posteriormente, associada ao uso da Internet (Lopes, 2013, p. 7). A Internet tornou-se num local cativante para quem procura conteúdos sexuais, particularmente, pornografia (p. 8).

Todavia, quando falamos em pornografia, a Internet não assume um papel meramente expositivo e de difusão do material pornográfico,” através do qual ocorreu uma simples transposição da lógica das produções já existentes” (D’Orlando, 2009 como citado em Lopes, 2013, p. 10). Esta modificou quer o processo de produção, como de divulgação, venda e consumo de pornografia (idem).

Kohut (2014 como citado em Halpern, 2018, p.2), através de uma análise de conteúdo, aferiu que “as representações mentais de pornografia entre indivíduos se vinculam fortemente a representações de nudez e comportamento sexual”. Posto isto, caracteriza então a pornografia como “representações escritas, pictóricas ou audiovisuais que retratam nudez ou comportamento sexual, com o objetivo de provocar excitação sexual no utilizador” (idem).

Por sua vez, atualmente, a sexualidade humana é retratada como “uma dimensão biológica produzida no contexto social, cultural e histórico, no qual o sujeito se encontra inserido” (Carvalho, Rodrigues & Medrado, 2005 como citado em Marola et al, 2011, p. 96). Reforça-se o sentido da sexualidade como um “processo simbólico e histórico ao afirmar que a constituição da identidade de um sujeito se manifesta na forma como ele vive as questões de trato íntimo, considerando as questões

morais e éticas do grupo social em que está inserido” (Kahhale, 2007 como citado em Marola et al, 2011, p. 96).

Adicionalmente, para a OMS (como citado em Fontes, 2011, pp. 23-24), “a sexualidade é um aspeto central do ser humano ao longo da vida e inclui o sexo, género, identidades e papéis, orientação sexual, erotismo, prazer, intimidade e reprodução. A sexualidade é experienciada e expressa através de pensamentos, fantasias, desejos, crenças, atitudes, valores, comportamentos, práticas, papéis e relações. Embora a sexualidade possa incluir todas estas dimensões, nem sempre elas são todas experienciadas ou expressas. A sexualidade é influenciada pela interação de fatores biológicos, psicológicos, sociais, económicos, políticos, culturais, éticos, legais, históricos, religiosos e espirituais”.

2.5.2. Enquadramento jurídico-penal

Segundo o Advogado Luís M. Martins (2021, janeiro), “são muitos os exemplos em que uma fotografia obtida em determinado momento com um telemóvel, com ou sem o consentimento da vítima, se transforma num passaporte para um ciclo de total exposição social – histórias de amor e romance, sobretudo nos mais jovens, que terminam em angústia, impotência e vergonha social”.

Afirma que ocorre frequentemente acompanhado de cenários de chantagem e infligindo danos inomináveis nas vítimas – reiteradamente consumidas pela vergonha social perpetrada na sua divulgação ou ameaça de exposição. Apesar de as fotografias e vídeos poderem ter sido consentidos no momento, não se concede a sua divulgação posterior – sobretudo com o propósito de prejudicar, humilhar e causar vexame após o fim de um relacionamento. Este tipo de exposição denomina-se de *revengeporno*, *cyberbullying* ou mesmo de chantagem (*sextorsion*).

Em termos concretos, comportamentos como estes consubstanciam “ilícitos censuráveis no nosso sistema penal, podendo o agente ou incitante incorrer, entre outros, na prática de um crime extorsão (arts. 2.1º e 223.º, nºs 1 e 2) e devassa da vida privada (arts. 192.º, nº 1, b) e d) e 197.º, a)), que tutela o bem jurídico *privacidade em sentido material*, gravações e fotografias ilícitas (art. 199.º, nºs 1 e 2 b), que tutela os bens jurídicos de *direito à palavra* e *direito à imagem*, e um crime de perturbação da vida privada, previsto e punido pelo artigo 190.º, n.º 1 e n.º 2 – Artigos expressos no nosso Código Penal” (Martins, 2021).

Verifica-se que, muitas vezes, a obtenção e utilização deste tipo de fotografias tem como intuito “obrigar a vítima a praticar ou submeter-se a determinados atos de cariz sexual – podendo então estar preenchida a figura da coação, ou mesmo violação, prevista no art. 164º, nº 1 e 2 do Código Penal, porquanto a vítima é constrangida psicologicamente a praticar tais atos por força da ameaça de divulgação dos referidos conteúdos privados” (idem).

A pena de prisão pode ser agravada se a sua divulgação e objetivos forem obter “uma contrapartida ou prejudicar intencionalmente a vítima ou, se ocorrer a sua divulgação nos meios de comunicação social ou internet” (ibidem).

Sabe-se que, dentro uma relação consentida, as fotografias e vídeos entre os intervenientes são de uso exclusivo e pessoal dos próprios, não havendo, nesse caso, qualquer crime pois, acontece dentro da sua intimidade, de livre vontade e baseado na confiança entre as partes. Porém, quando a utilização se dá fora da esfera pessoal dos visados (comunicação social, redes sociais ou privadas) ou ameaça da sua divulgação, passa a constituir um crime.

Luís M. Martins (2021, janeiro) acrescenta ainda que ocorrem mais do que concretizações, pelo que estes crimes são puníveis na forma tentada.

Ribeiro (2019, p. 16) acrescenta que:

“uma vez que o Abuso Sexual baseado em Imagens, em Portugal é tratado como Devassa da vida privada (art.º 192º do Código Penal: Diário da República n.º 63/1995, Série I-A de 1995-03-15) ou Gravações e fotografias ilícitas (art.º 199º do Código Penal: Diário da República n.º 63/1995, Série I-A de 1995-03-15), sendo que em Agosto de 2018 o Artigo 197.º veio elevar as penas previstas nestes artigos 192º e 199º em um terço, nos seus limites mínimos e máximo, se o facto for praticado: para obter recompensa ou enriquecimento, para o agente ou para outra pessoa, ou para causar prejuízo a outra pessoa ou ao Estado; ou através de meio de comunicação social, ou da difusão através da Internet, ou de outros meios de difusão pública generalizada. (Código Penal, 47ª versão, Lei n.º 44/2018, de 09/08) (situação onde se enquadra o Abuso Sexual Baseado em Imagens). Mas apesar do recente agravamento das penas, há a lacuna na Lei que especifique o caso de divulgação de imagens íntimas e/ou explícitas de cariz sexual, sendo estas tratadas como qualquer outra imagem (não privada) apesar das diferentes consequências que pode trazer na vida da pessoa exposta”.

No contexto português, “a partilha não consentida de imagens íntimas é ilegítima, mesmo que esses conteúdos tenham sido obtidos de forma voluntária e consentida. Legalmente, o consentimento para a captação ou envio de imagens íntimas não é extensível à divulgação dessas mesmas imagens” (Faustino et al, 2022, p. 6).

Capítulo III

Metodologia e Análise dos Resultados

3.1. Método Utilizado

Alicerçada aos objetivos propostos, considera-se pertinente a aplicação de metodologia extensiva de caráter quantitativo. Neste caso, o método de recolha de dados foi o inquérito por questionário.

De acordo com Quivy e Campenhoudt (2005), o inquérito por questionário “consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à sua atitude em relação a opções ou a questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou ainda sobre qualquer outro ponto que interesse os investigadores” (p. 20). Por norma, as respostas são pré-codificadas, de modo que os inquiridos escolham obrigatoriamente as suas respostas entre as que lhes são formalmente propostas (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 21). Os autores acrescentam ainda que a principal vantagem deste método passa pela “possibilidade de quantificar uma multiplicidade de dados e de proceder a numerosas análises de correlação” (idem).

Será, por conseguinte, o método extensivo que, no âmbito deste trabalho, permitirá aferir comportamentos da comunidade #NaoPartilhes e o modo como o sentimento de pertença é percecionado por esta. O questionário – de administração direta – foi aplicado digitalmente, dentro da comunidade digital #NaoPartilhes. Para que isso fosse possível, foi facultada a colaboração das páginas de Instagram e Facebook #NaoPartilhes, que divulgaram o questionário dentro da sua rede, por se tratar de uma forma eficaz para alcançar indivíduos de diferentes perfis e regiões. Utilizou-se, portanto, uma técnica de amostragem não probabilística por conveniência. Todos os questionários foram respondidos de forma voluntária e os dados foram tratados de forma agregada, garantindo o anonimato e confidencialidade da informação. Os dados foram tratados com recurso ao IBM SPSS Statistics.

3.2. Caracterização da Amostra

A amostra é composta por 309 indivíduos que responderam a questões relacionadas com a comunidade #NaoPartilhes, sendo o principal objetivo tentar compreender se existe um sentimento de pertença a esta comunidade digital por parte dos seus membros¹.

68,9% dos inquiridos afirmar ser do género feminino e 39,1% do género masculino. A maioria dos inquiridos tem idade compreendida entre os 18 e 25 anos (66%) e 26,2% entre 26 e 35 anos. 51,5% afirmaram residir na Área Metropolitana de Lisboa, 18,4% na Região Centro e 13,6% na Região Sul. No entanto, houve registo de respostas por todo o país. A nível das habilitações literárias, estamos perante uma amostra escolarizada, na medida em que 78,7% tem a Licenciatura como grau de escolaridade completo.

3.3. Análise dos Resultados

3.3.1. Operacionalização das Variáveis

Sentimento de Pertença

O sentimento de pertença à comunidade por parte dos seus membros foi medido através do *Sense of Community Index-1 (SCI-2)* (escala de 24 itens). Este índice é uma medida frequentemente utilizada nas ciências sociais para avaliar o sentimento de comunidade. É baseado na teoria de McMillan e Chavis (1986) de que um sentimento de comunidade é “uma perceção com uma componente afetiva”. Esta teoria identifica quatro elementos como parte integrante de um sentimento de comunidade: *Reforço das Necessidades, Associação, Influência e Conexão Emocional Compartilhada*.

Esta escala conta com 24 afirmações, medidas em 4 pontos (1 – Nada; 2 – Poucas Vezes; 3 – Muitas Vezes; 4 – Sempre) e, como já referido, a escala está dividida pelos quatro elementos, tendo sido definidos 6 itens para cada elemento.

No caso do Reforço de Necessidades, os itens definidos foram: “As minhas necessidades são concretizadas porque eu sou parte desta comunidade”, “Os membros da comunidade e eu valorizamos as mesmas coisas”, “Esta comunidade tem sido bem-sucedida em corresponder às necessidades dos seus membros”, “Ser membro desta comunidade faz-me sentir bem”, “Quando eu tenho um

¹ Salienta-se que por *membro*, consideramos todas as pessoas que se consideram pertencentes a esta comunidade, tendo sido elas vítimas de violência sexual baseada em imagens ou não. Entendemos como *membro* não só a vítima, mas também apoiantes e simpatizantes da causa e do movimento, quer conheçam ou não alguém que seja vítima deste crime.

problema, eu posso falar sobre isso com outros membros da comunidade” e “As pessoas desta comunidade têm necessidades, prioridades e objetivos semelhantes”.

Para a Associação, os itens foram os seguintes: “Posso confiar nas pessoas desta comunidade”, “Eu consigo reconhecer a maioria dos membros desta comunidade”, “A maioria dos membros da comunidade conhece-se”, “Esta comunidade tem símbolos e expressões que remetem para a comunidade, como roupas, sinais, expressões...”, “Eu dedico muito tempo e esforço para ser parte desta comunidade” e “Ser membro desta comunidade é parte da minha identidade”.

De modo a avaliar a Influência foram utilizados como itens “Integrar-me nesta comunidade é importante para mim”, “Esta comunidade pode influenciar outras comunidades”, “Eu preocupo-me com o que os outros membros da comunidade pensam sobre mim”, “Eu tenho influência sobre como é esta comunidade”, “Se houver um problema nesta comunidade, os seus membros conseguem resolvê-lo” e “Esta comunidade tem bons líderes”.

Por último, no que diz respeito à Conexão Emocional Compartilhada, este elemento foi avaliado através dos itens: “É muito importante para mim fazer parte desta comunidade”, “Costumo estar e gosto de estar com outros membros da comunidade”, “Espero fazer parte desta comunidade por muito tempo”, “Membros desta comunidade têm partilhado eventos importantes entre si, como momentos de convívio e celebrações”, “Sinto-me com esperança acerca do futuro desta comunidade” e “Os membros desta comunidade preocupam-se uns com os outros”.

A análise fatorial, com rotação Varimax, revelou uma boa adequabilidade do modelo *Sense of Community Index-1 (SCI-2)* ($KMO^2 = 0,875$). Também se verificou uma boa adequabilidade para cada dimensão (Reforço de Necessidade: $KMO = 0,861$; Associação: $KMO = 0,819$; Influência: $KMO = 0,719$; Conexão Emocional Compartilhada: $KMO = 0,718$).

Ainda se procedeu à realização do coeficiente Alfa de Cronbach para cada dimensão – medida de consistência interna que permitiu apurar quão bem cada conjunto de 6 variáveis media a respetiva dimensão.

Tenhamos em conta que o coeficiente Alfa de Cronbach varia entre 0 e 1 e que, quanto mais próximo de 1, maior é a consistência interna da escala ou, por outras palavras, com maior certeza podemos afirmar que as diversas variáveis estão a medir a mesma dimensão.

Verificou-se então uma boa fiabilidade de cada uma das quatro dimensões: 1. Reforço de Necessidades ($\alpha = 0,851$); 2. Associação ($\alpha = 0,845$); 3. Influência ($\alpha = 0,815$) e 4. Conexão Emocional Compartilhada ($\alpha = 0,781$). Uma vez que os valores do coeficiente α de Cronbach foram superiores a 0,7, podemos afirmar que se verifica consistência interna em cada conjunto de itens, ou seja, todos os itens agrupados medem a mesma dimensão.

² Verifica a adequabilidade da análise fatorial, testando a consistência geral dos dados.

Tabela 3.1 – Correlação de cada item da dimensão *Reforço de Necessidades*

	M	DP	As minhas necessidades são concretizadas porque eu sou parte desta comunidade.	Os membros da comunidade e eu valorizamos as mesmas coisas.	Esta comunidade tem sido bem-sucedida em corresponder às necessidades dos seus membros.	Ser membro desta comunidade faz-me sentir bem.	Quando eu tenho um problema, eu posso falar sobre isso com outros membros da comunidade.	As pessoas desta comunidade têm necessidades, prioridades e objetivos semelhantes.
As minhas necessidades são concretizadas porque eu sou parte desta comunidade.	2,83	0,76		0,312	0,517	0,566	0,394	0,462
Os membros da comunidade e eu valorizamos as mesmas coisas.	3,17	0,58	0,312		0,474	0,456	0,362	0,569
Esta comunidade tem sido bem-sucedida em corresponder às necessidades dos seus membros.	3,23	0,63	0,517	0,474		0,660	0,382	0,612
Ser membro desta comunidade faz-me sentir bem.	3,41	0,76	0,566	0,456	0,660		0,540	0,652
Quando eu tenho um problema, eu posso falar sobre isso com outros membros da comunidade.	2,82	0,71	0,394	0,362	0,382	0,540		0,433
As pessoas desta comunidade têm necessidades, prioridades e objetivos semelhantes.	3,28	0,62	0,462	0,569	0,612	0,652	0,433	

No caso da dimensão Reforço de Necessidades, podemos verificar que todas as relações são positivas, no entanto estas variam entre relações de fraca (entre 0,2 e 0,4) a forte (entre 0,6 e 0,8) intensidade.

A relação entre o item “Esta comunidade tem sido bem-sucedida em corresponder às necessidades dos seus membros” e o item “Ser membro desta comunidade faz-se sentir bem”, é aquela onde a correlação é mais forte – 0,660. Isto significa que as respostas referentes a estes dois

itens se encontram fortemente correlacionados e em sentido positivo, ou seja, quanto maior o nível de resposta às necessidades dos seus membros, maior é também o nível de satisfação com o facto de ser membro da comunidade.

Segue-se a relação entre o item “As pessoas desta comunidade têm necessidades, prioridades e objetivos semelhantes” e o item “Ser membro desta comunidade faz-me sentir bem” (0,652), querendo isto dizer que quanto maior a semelhança de necessidades, prioridades e objetivos dos membros da comunidade, maior a sua satisfação quanto ao facto de ser membro da comunidade.

A média mais elevada foi obtida no item “Ser membro desta comunidade faz-me sentir bem”, com um valor de 3,41 (numa escala de 1 a 4).

Tabela 3.2 – Correlação de cada item da dimensão Associação

	M	DP	Posso confiar nas pessoas desta comunidade.	Eu consigo reconhecer a maioria dos membros desta comunidade.	A maioria dos membros da comunidade conhece-se.	Esta comunidade tem símbolos e expressões que remetem para a comunidade, como roupas, sinais, expressões...	Eu dedico muito tempo e esforço para ser parte desta comunidade.	Ser membro desta comunidade é parte da minha identidade.
Posso confiar nas pessoas desta comunidade.	2,81	0,71		0,334	0,172	0,422	0,275	0,119
Eu consigo reconhecer a maioria dos membros desta comunidade.	2,27	0,71	0,334		0,663	0,452	0,639	0,456
A maioria dos membros da comunidade conhece-se.	2,07	0,74	0,172	0,663		0,522	0,729	0,632
Esta comunidade tem símbolos e expressões que remetem para a comunidade, como roupas, sinais, expressões...	2,47	0,72	0,422	0,452	0,533		0,571	0,477
Eu dedico muito tempo e esforço para ser parte desta comunidade.	2,17	0,77	0,275	0,639	0,729	0,571		0,713
Ser membro desta comunidade é parte da minha identidade.	2,66	0,94	0,119	0,456	0,632	0,477	0,713	

No que diz respeito à dimensão Associação, verifica-se que todas as relações são positivas.

A relação entre o item “Eu dedico muito tempo e esforço para ser parte desta comunidade” e o item “A maioria dos membros da comunidade conhece-se”, é aquela onde a correlação é mais forte – 0,729 – querendo isto dizer que quanto maior o investimento de tempo e esforço por parte do membro para com a comunidade, maior a sua percepção de notoriedade dentro da mesma. Também a correlação entre “Ser membro desta comunidade é parte da minha identidade” e “Eu dedico muito tempo e esforço para ser parte desta comunidade” apresenta uma forte intensidade – 0,713 – significando que quem respondeu que ser membro da comunidade é parte da sua identidade, também tende a responder que dedica muito tempo e esforço à comunidade.

Por outro lado, observa-se uma relação praticamente inexistente (0,172) entre os itens os “A maioria dos membros da comunidade conhece-se” e o item “Posso confiar nas pessoas desta comunidade”.

Tendo em conta uma escala de 1 a 4, podemos verificar que a média mais elevada – 2,81 – foi obtida no item “Posso confiar nas pessoas desta comunidade”.

Tabela 3.3 – Correlação de cada item da dimensão *Influência*

	M	DP	Integrar-me nesta comunidade é importante para mim.	Esta comunidade pode influenciar outras comunidades.	Eu preocupo-me com o que os outros membros da comunidade pensam sobre mim.	Eu tenho influência sobre como é esta comunidade.	Se houver um problema nesta comunidade, os seus membros conseguem resolvê-lo.	Esta comunidade tem bons líderes.
Integrar-me nesta comunidade é importante para mim.	3,11	0,90		0,628	0,510	0,350	0,515	0,419
Esta comunidade pode influenciar outras comunidades.	3,53	0,64	0,628		0,253	0,153	0,525	0,695
Eu preocupo-me com o que os outros membros da comunidade pensam sobre mim.	2,41	0,94	0,510	0,253		0,569	0,455	0,271
Eu tenho influência sobre como é esta comunidade.	2,04	0,79	0,350	0,153	0,569		0,359	0,198
Se houver um problema nesta comunidade, os seus membros conseguem resolvê-lo.	2,95	0,66	0,515	0,525	0,455	0,359		0,671
Esta comunidade tem bons líderes.	3,42	0,71	0,419	0,695	0,271	0,198	0,671	

Analisando a dimensão *Influência* notamos que o item “Esta comunidade tem bons líderes” tem uma relação positiva e de forte intensidade tanto com os itens “Esta comunidade pode influenciar outras comunidades” como “Se houver um problema nesta comunidade, os seus membros conseguem resolvê-lo” – 0,695 e 0,671, respetivamente – pelo que percebemos que quem considera que a comunidade tem bons líderes, tende também a considerar que a comunidade tem bons líderes e que que no caso de existir um problema interno, os membros da comunidade conseguem solucioná-lo.

Quanto à média de respostas, e utilizando a mesma escala de 1 a 4, a média mais elevada é obtida na resposta ao item “Esta comunidade pode influenciar outras comunidades”.

Tabela 3.4 – Correlação de cada item da dimensão *Conexão Emocional Compartilhada*

	M	DP	É muito importante para mim fazer parte desta comunidade.	Costumo estar e gosto de estar com outros membros da comunidade.	Espero fazer parte desta comunidade por muito tempo.	Membros desta comunidade têm partilhado eventos importantes entre si, como momentos de convívio e celebrações.	Sinto-me com esperança acerca do futuro desta comunidade.	Os membros desta comunidade preocupam-se uns com os outros.
É muito importante para mim fazer parte desta comunidade.	3,15	0,85		0,348	0,736	0,300	0,541	0,346
Costumo estar e gosto de estar com outros membros da comunidade.	2,04	0,80	0,348		0,284	0,487	0,040	0,137
Espero fazer parte desta comunidade por muito tempo.	3,14	0,79	0,736	0,284		0,314	0,558	0,456
Membros desta comunidade têm partilhado eventos importantes entre si, como momentos de convívio e celebrações.	2,32	0,77	0,300	0,487	0,314		0,157	0,391
Sinto-me com esperança acerca do futuro desta comunidade.	3,39	0,74	0,541	0,040	0,558	0,157		0,507
Os membros desta comunidade preocupam-se uns com os outros.	3,04	0,61	0,346	0,137	0,456	0,391	0,507	

Por fim, analisemos as correlações entre os itens da dimensão *Conexão Emocional Compartilhada*. Observamos que apenas uma das relações é de forte intensidade – 0,736 – sendo ela entre “É muito importante para mim fazer parte desta comunidade” e “Espero fazer parte desta comunidade por muito tempo”. As restantes relações variam entre praticamente inexistente a intensidade moderada.

Numa escala de 1 a 4, a média às respostas a cada um destes itens variou entre 2,04 – no item “Costumo estar e gosto de estar com outros membros da comunidade” – e 3,39 – no item “Sinto-me com esperança acerca do futuro desta comunidade”.

De seguida, procedeu-se à realização do coeficiente Alfa de Cronbach, com o objetivo de aferir se o conjunto das dimensões media um único constructo latente unidimensional (Sentimento de Pertença). O coeficiente α de Cronbach foi 0,899, pelo que se pôde confirmar que sim.

3.3.2. Correlação entre Dimensões

De seguida, procedeu-se a uma análise das correlações destas quatro dimensões, através do coeficiente de correlação de Pearson, o que permitiu aferir qual a intensidade e sentido das relações entre as dimensões. Este coeficiente varia entre -1 e 1, sendo que quanto mais próximo de 1, maior a correlação entre as dimensões em estudo.

Tabela 3.5 – Correlações das dimensões em análise

	M	DP	Reforço de Necessidades	Associação	Influência	Conexão Emocional Compartilhada
Reforço de Necessidades	3,12	0,51		0,552**	0,731**	0,628**
Associação	2,41	0,58	0,552**		0,738**	0,739**
Influência	2,90	0,56	0,731**	0,738**		0,762**
Conexão Emocional Compartilhada	2,84	0,58	0,628**	0,739**	0,762**	

**A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

De modo geral, observamos que todas as correlações são positivas e elevadas.

No que concerne a dimensão Reforço de Necessidades, esta apresenta valores elevados com (Associação $\rightarrow r = 0,552$; $p < 0,01$), (Influência $\rightarrow r = 0,731$; $p < 0,01$) e (Conexão Emocional Compartilhada $\rightarrow r = 0,628$; $p < 0,01$).

No que diz respeito à Associação – para além da já referida correlação com a dimensão Reforço de Necessidades – verifica-se uma forte relação com (Influência $\rightarrow 0,738$; $p < 0,01$) e (Conexão Emocional Compartilhada $\rightarrow r = 0,739$; $p < 0,01$).

A correlação mais forte ocorre entre as dimensões Influência e (Conexão Emocional Compartilhada $\rightarrow r = 0,762$; $p < 0,01$). Por outras palavras, quanto maior a perceção de influência da e sobre a comunidade, maior tende a ser conexão emocional compartilhada.

Para além disto, a dimensão Reforço de Necessidades foi aquela que apresentou uma maior média (3,12 numa escala de 1 a 4) e a variável Associação aquela cuja média foi mais baixa (2,41 numa escala de 1 a 4).

3.3.3. Outros Dados

Interessa ainda destacar outras informações que foram possíveis extrair aquando desta investigação, sendo elas:

- 24,3% dos inquiridos afirma ter conhecimento de já ter tido as suas imagens íntimas divulgadas sem o seu consentimento;
- 91,3% dos inquiridos diz conhecer ou ter conhecimento de alguém que já teve as suas imagens íntimas divulgadas sem o seu consentimento;
- 7,8% dos inquiridos admite já ter partilhado conteúdo íntimo de outra pessoa sem o seu consentimento e 1% prefere não responder à questão;
- 52,4% dos inquiridos conhece o movimento #NaoPartilhes desde a sua fundação no final do ano de 2020; 30,1% há cerca de um ano; e 17,5% recentemente (há 1 mês ou menos da data da resposta ao questionário);
- 56,3% dos inquiridos afirma consumir o conteúdo partilhado pela página #NaoPartilhes e 35% destes admite fazê-lo sempre que a página publica conteúdo;
- 73,8% dos inquiridos afirma não ter por hábito conversar com outras pessoas que também conhecem o #NaoPartilhes;
- 97,1% dos inquiridos afirma ter conhecimento de que a partilha de conteúdos íntimos de outra pessoa sem o seu consentimento é um crime punido por lei e 41,7% admite só ter conhecimento disso após consumir o conteúdo do #NaoPartilhes;
- 9% dos inquiridos admite não agir quando tem conhecimento de que alguém foi vítima de violência sexual baseada em imagens; 37% afirma falar com a pessoa e mostrar-se solidário/a; e 25% diz direccionar a pessoa para o #NaoPartilhes.

Numa escala de 1 a 4, sendo 1 – Não é importante e 4 – Muito importante, 53,4% dos inquiridos considera que sentir que faz parte de uma comunidade com outros membros é muito importante para si e 38,8% considera-o importante, sendo a média das respostas 3,44 e desvio-padrão de 0,693.

Já no que diz respeito à consciencialização sobre a problemática em análise, 75,7% dos inquiridos concorda totalmente que “O #NaoPartilhes contribui para uma maior consciencialização acerca do tema da violência sexual baseada em imagens”, sendo a média das respostas 4,7 numa escala de 1 a 5, em que 1 – Discordo Totalmente e 5 – Concordo Totalmente, com um desvio-padrão de 0,573.

Capítulo IV

Discussão e Conclusões

Como pudemos constatar anteriormente, a investigação acerca da Violência Sexual Baseada em Imagens, em Portugal, é ainda embrionária, tendo um longo caminho para percorrer rumo à maior consciencialização, apoio às vítimas/sobreviventes e no sentido de avanços jurídicos.

Todavia, podemos retirar algumas conclusões acerca de como o surgimento do #NaoPartilhes veio determinar o panorama da VSBI em Portugal: os membros do movimento percecionam um sentimento de pertença a esta comunidade digital, considerando que contribuiu para uma maior consciencialização acerca da temática e admitindo ser uma referência quando se deparam com a ocorrência deste crime.

Apesar de 75,7% dos inquiridos afirmar não ter conhecimento de já ter tido as suas imagens íntimas divulgadas sem o seu consentimento, 91,3% dos inquiridos diz conhecer ou ter conhecimento de alguém que já teve as suas imagens íntimas divulgadas sem o seu consentimento, pelo que se ressalva o facto de que qualquer indivíduo é uma potencial vítima deste crime.

Sendo que 75,7% foram depreendidos como “não vítimas”, assume-se que estes são apoiantes/simpatizantes da causa e movimento, o que pode destacar o crescente interesse pela temática e a maior consciencialização que advém de um maior contacto com capital informativo relevante acerca do tema.

Neste sentido, perspetiva-se que os dados obtidos aquando da questão acerca da sua atuação quando têm conhecimento de que alguém foi vítima do VSBI (37% afirma falar com a pessoa e mostrar-se solidário/a; e 25% diz direcionar a pessoa para o #NaoPartilhes) possam elevar-se, derivada da maior abertura face ao tema, no sentido de criar uma sociedade e uma cidadania mais tolerantes e respeitosas com as pessoas e a sua dignidade e direitos, através de um apoio mútuo, constante e informado.

Segundo Ward (1999), “as pessoas entram e saem de várias comunidades diferentes, permanecendo apenas enquanto estas estiverem a fornecer uma solução ou atendendo a uma necessidade nas suas vidas”, pelo que se pode refletir sobre a possibilidade de a comunidade #NaoPartilhes ver entrar e sair membros – tendo, por isso, um carácter transitório – mediante a necessidade do membro recorrer ao auxílio da comunidade para ver solucionado um problema.

Indo ao encontro de Erigha & Croooks-Allen (2020, p. 73), considera-se que as comunidades digitais “oferecem espaços de apreciação, celebração apoio e aceitação que são menos visíveis nos principais meios de comunicação, demonstrando uma mudança emocional caracterizada pela era das novas media”. Todavia, preocupações e ressalvas emergem com a dependência dos meios sociais e das novas tecnologias de media para o empoderamento, pelo que se acredita que a comunidade

#NaoPartilhes tem um papel preponderante no combate à violência sexual baseada em imagens, passando não só pelo apoio prestado – que se acredita fomentar o sentimento de pertença – como na ação política offline, fazendo uso do digital como meio eficaz para dar visibilidade a esta questão e realizar a ação política (Puente, 2011, p. 343).

A Internet pode tornar-se um meio para testar novas formas de coletivos online antes ou em conjunto com o seu fortalecimento offline. As recentes campanhas políticas e jurídicas e as respostas sociais são, na realidade, os resultados públicos, visíveis de um longo e complexo processo de redefinição da questão da violência contra a mulher, que deixou de ser qualificada como drama pessoal e começou a ser conceituada como um problema social (Puente, 2011, p. 344).

Considera-se existirem limitações quanto ao método, nomeadamente, superficialidade das respostas; individualização dos entrevistados, que são separados das suas redes de relações sociais; e fragilidade da credibilidade do dispositivo (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 21), pelo que se considera que seria pertinente complementar os dados recolhidos com dados de cariz qualitativo, obtidos através de entrevistas semiestruturadas aos membros da comunidade, uma vez que se defende que a comunidade é feita de indivíduos, indivíduos estes singulares com histórias, experiências e pareceres próprios. Acredita-se também ser pertinente analisar as atividades e relações da comunidade, como estão relacionadas com os objetivos da comunidade e como são mantidas ao longo do tempo.

Bibliografia

- APAV, 2021. *Estatísticas APAV. Relatório Anual 2021*. https://apav.pt/apav_v3/images/press/Relatorio_Anual_2021.pdf
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R. & Underwood, J. D. M. (2020). Asymmetrical third-person effects on the perceptions of online risk and harm among adolescents and adults. *Behaviour & Information Technology*, 40(11), 1090-1100, DOI: 10.1080/0144929X.2020.1742380
- Burén, J., Gattario, K. H. & Lunde, C. (2021). What Do Peers Think About Sexting? Adolescents' Views of the Norms Guiding Sexting Behavior. *Journal of Adolescent Research*, 1–29. DOI: 10.1177/07435584211014837
- Campos, R., Pereira, I. & Simões, J. A. (2016). ATIVISMO DIGITAL EM PORTUGAL. Um estudo exploratório. *SOCIOLOGIA, PROBLEMAS E PRÁTICAS*, (82), 27-47. DOI:10.7458/SPP2016826977
- Chen, L., Yang, Y., Su, W., Zheng, L., Ding, C. & Potenza, M. N. (2018). The relationship between sexual sensation seeking and problematic Internet pornography use: A moderated mediation model examining roles of online sexual activities and the third-person Effect. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(3), 565–573. DOI: 10.1556/2006.7.2018.77.
- Coutinho, M. (2007). Marketing e comunidades: do discurso ao diálogo. *Revista da ESPM*, 28-39. https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/coutinho_-_marketing_e_comunidades_digitais.pdf
- Coutinho, M. (2007). Marketing e comunidades: do discurso ao diálogo. *Revista da ESPM*, 28-39. https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/coutinho_-_marketing_e_comunidades_digitais.pdf
- Damásio, M. J., Henriques, S. & Costa, C. (2012). Belonging to a community: forms of technological mediated belonging. *Observatório (OBS*) Journal*, 127-146. DOI:10.15847/obsOBS000604
- Dias, C. B. (2016). Relatório PIBIC 2016 - Impactos da Pornografia na saúde dos adolescentes: uma análise a partir dos direitos fundamentais. https://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccpg/pibic/relatorio_resumo2016/relatorios_pdf/ccs/DIR/DIR-Carolina_Dias.pdf
- Erigha, M. & Crooks-Allen, A. (2020). Digital Communities of Black Girlhood: New Media Technologies and Online Discourses of Empowerment. *The Black Scholar*, 50(4), 66-76. DOI: 10.1080/00064246.2020.1811601
- Espalha-Factos (2021, março). Movimento #NaoPartilhes: “não pode haver impunidade para quem compactua com este crime”. <https://espalhafactos.com/2021/03/08/movimento-naopartilhes-qualquer-mulher-que-se-envolva-neste-assunto-torna-se-um-target/>
- Faustino, M. J., Ventura, I., Alves, C. & de Matos, L. S. (2022). “Faz Delete”: Contributos para o Conhecimento sobre a Violência Sexual Baseada em Imagens (VSBI) em Portugal. Retirado de: <https://redejovensigualdade.org.pt/blog/wp-content/uploads/Faz-Deletecontributos-doc-final.pdf>
- Fontes, A. F. (2011). SEXUALIDADE: VAMOS CONVERSAR SOBRE ISSO? Promoção do Desenvolvimento Psicossexual na Adolescência: Implementação e Avaliação de um Programa de Intervenção em Meio Escolar [Tese de Mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto U.Porto. <http://hdl.handle.net/10216/24432>
- Halpern, C. M. R. J. (2018). *O consumo de materiais sexualmente explícitos e o seu impacto na satisfação sexual e com a relação conjugal* [Dissertação de mestrado, Universidade de Lisboa]. Repositório Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10451/36723>
- Lança, H. C. (2021). Isto não é um artigo sobre pornografia de vingança: A punibilidade da divulgação não consentida de imagens íntimas. *De Legibus – Revista de Direito da Universidade Lusófona Lisboa*, (2), 81-120. <https://doi.org/10.53456/dlb.vi2.7676>

- Lopes, A. S. S. P. (2013). *Consumo de Pornografia na Internet, Avaliação das Atitudes Face à Sexualidade e Crenças sobre a Violência Sexual* [Dissertação de mestrado, Universidade Autónoma de Lisboa]. Repositório Institucional Camões. <http://hdl.handle.net/11144/286>
- Magalhães, M., Marôpo, L. & Amaral, I. (2018). Ativismo feminista no Facebook: uma análise comparada das páginas Não me Kahlo (Brasil) e Capazes (Portugal). In M. Oliveira & S. L. Évora (Eds.), *Livro de atas do XII Congresso da Lusocom – Cibercultura, regulação mediática e cooperação* (pp. 15-26). Braga: CECS.
- Marola, C., Sanches, C. & Cardoso, L. (2011). Formação de conceitos em sexualidade na adolescência e suas influências. *Psicologia da Educação*, (33), 95-118. http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1414-69752011000200006
- Martins, Luís M. (2021, janeiro). *Divulgação de Fotografias Íntimas – “NUDES”*. <https://luismmartins.pt/2021/01/20/divulgacao-de-fotografias-intimas/>
- Monteiro, V. (2013). *RECRIAR ESPAÇOS E AMBIENTES DE APRENDIZAGEM: uma nova perspetiva sobre as comunidades virtuais de aprendizagem para jovens* [Tese de doutoramento, Universidade Aberta]. Repositório Aberto. <http://hdl.handle.net/10400.2/2945>
- Mussoi, E. M., Flores, M. L. P. & Behar, P. A. (s/d). COMUNIDADES VIRTUAIS – UM NOVO ESPAÇO DE APRENDIZAGEM.
- Puente, S. N. (2011). Feminist cyberactivism: Violence against women, internet politics, and Spanish feminist praxis online. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 25(3), 333-346. <https://doi.org/10.1080/10304312.2011.562964>
- Quivy, R. e. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva
- Ribeiro, A. (2020). *Resiliência e Sentimento de Pertença: Estudo comparativo entre estudantes universitários tradicionais e não tradicionais portugueses e polacos* [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto U. Porto. <https://hdl.handle.net/10216/130684>
- Ribeiro, D. (2021). *Identidade Europeia: democracia e sentimento de pertença* [Dissertação de Mestrado, NOVA FCSH]. RUN Repositório Universidade NOVA. <http://hdl.handle.net/10362/130778>
- Ribeiro, P. M. (2019). *Um estudo exploratório sobre o Abuso Sexual baseado em Imagens numa amostra de estudantes do Ensino Superior em Portugal* [Dissertação de mestrado, Universidade do Porto]. Repositório Aberto U.Porto. <https://hdl.handle.net/10216/123764>
- Rigitano, Maria Eugénia Cavalcanti (2003). "Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente", I Seminário Interno do Grupo de Pesquisa em Cibercidades. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>
- Sebastião, Sónia e Ana Catarina Elias (2012). O Ativismo Like: as Redes Sociais e a Mobilização de Causas. *Sociedade e Cultura*, 15(1). DOI: 10.5216/sec.v15i1.20673
- Shifter. (2020, novembro). *#NãoPartilhes: pelo fim da partilha de conteúdo não autorizado*. <https://shifter.pt/2020/11/naopartilhes/>
- Speno, A. G. & Aubrey, J. S. (2019). Adolescent Sexting: The Roles of Self-Objectification and Internalization of Media Ideals. *Psychology of Women Quarterly*, 43(1), 88-104. DOI: 10.1177/0361684318809383
- Tiedge, J. T., Silverblatt, A., Havice, M. J., & Rosenfeld, R. (1991). Discrepancy between Perceived First-Person and Perceived Third-Person Mass Media Effects. *Journalism Quarterly*, 68(1-2), 141-154. <https://doi.org/10.1177/107769909106800115>
- UMAR (2021). Manual de boas práticas para profissionais atendimento a vítimas de violência sexual. <http://www.umarfeminismos.org/images/stories/noticias/Manual-de-Boas-Pr%C3%A1ticas-para-Profissionais.-Projeto-VIVA-3-1.pdf>
- Ward, K. J. (1999). 'The Cyber-Ethnographic (Re)Construction of Two Feminist Online Communities'. *Sociological Research Online*, 4(1). [ward: The Cyber-Ethnographic \(Re\)Construction of Two Feminist Online Communities \(socresonline.org.uk\)](http://www.socresonline.org.uk/ward/ward_the_cyber-ethnographic_(re)construction_of_two_feminist_online_communities)

Anexos

Anexo A – Questionário Aplicado

Movimento #NaoPartilhes

Este questionário e respetiva investigação inserem-se no âmbito da Dissertação de Mestrado em Gestão de Novos Media do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, tendo como objetivo analisar o #NaoPartilhes enquanto ativismo digital contra a violência sexual baseada em imagens.

Em concordância com a Comissão Nacional de Proteção de Dados e com as diretrizes da Comissão de Ética do ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, todos os dados recolhidos terão apenas fins académicos e as suas respostas são totalmente confidenciais. O anonimato será garantido durante a recolha e análise dos dados.

A participação neste estudo é voluntária e o inquirido poderá desistir a qualquer momento durante o preenchimento do questionário, bastando fechá-lo e as respostas não serão gravadas.

As questões com o símbolo (*) são de cariz obrigatório.

Este questionário tem uma duração média de 5 minutos.

O preenchimento deste questionário indica que compreendeste e que aceitas as condições do presente estudo, consentindo em participar.

Para qualquer esclarecimento adicional, poderás contactar-me: Marta Caixeirinho (mfmco11@iscte-iul.pt).

Obrigada pela tua participação.

* Required

#NaoPartilhes

2. Tens conhecimento de alguma vez terem partilhado fotos ou vídeos íntimos teus, sem o teu consentimento? *

- ☐ Sim
☐ Não

3. Conheces ou tens conhecimento de alguém que tenha passado por essa situação? *

- ☐ Sim
☐ Não

4. Já partilhaste conteúdo íntimo de outra pessoa sem o seu consentimento? *

Reforça-se que as respostas são totalmente confidenciais e que não serão feitos juízos de valor sobre as mesmas.

- ☐ Sim
☐ Não
☐ Prefiro não responder

5. Desde quando conheces o #NaoPartilhes? *

- ☐ Desde o início do movimento (final de 2020)
☐ Há cerca de um ano
☐ Recentemente (1 mês ou menos)

6. Costumas consumir conteúdo partilhado pela página #NaoPartilhes? *

Por exemplo, assistir stories, lives, ler posts...?

- ☐ Sim
☐ Não

7. Com que frequência? *

- ☐ Sempre que publicam conteúdo
☐ Às vezes
☐ Raramente

8. Costumas conversar com outras pessoas que também conhecem o #NaoPartilhes? *

- ☐ Sim
☐ Não

9. Sabias que a partilha de conteúdos íntimos de outra pessoa sem o seu consentimento é um crime punido por lei? *

- ☐ Sim
☐ Não

10. Já o sabias antes de consumires o conteúdo do #NaoPartilhes?

- ☐ Sim
- ☐ Não

11. Quando tens conhecimento de que alguém está a ser vítima deste crime, o que fazes? *

Please select at most 2 options.

- ☐ Não faço nada
- ☐ Falo com a pessoa e mostro-me solidário
- ☐ Direciono a pessoa para o #NaoPartilhes
- ☐ Direciono a pessoa para outro movimento/entidade de apoio à vítima
- ☐ Other

Bloco A

As questões seguintes referem-se à comunidade #NaoPartilhes

12. Tendo em conta uma escala de 1 (Não é importante) a 4 (Muito importante) *

	Não é importante	Pouco importante	Importante	Mui import
Quão importante é para ti sentir que fazes parte de uma comunidade com os outros membros?	☐	☐	☐	☐

13. Numa escala de 1 a 4 (sendo 1 - Nunca e 4 - Sempre), indica como te posicionas nas seguintes frases: *

	1 - Nunca	2 - Poucas vezes	3 - Muitas vezes	4 - Sempre
As minhas necessidades são concretizadas porque eu sou parte desta comunidade.	☐	☐	☐	☐
Os membros da comunidade e eu valorizamos as mesmas coisas.	☐	☐	☐	☐
Esta comunidade	1 - Nunca	2 - Poucas vezes	3 - Muitas vezes	4 - Sempre

tem sido bem-sucedida em corresponder às necessidades dos seus membros.

☐ ☐ ☐ ☐

Ser membro desta comunidade faz-me sentir bem.

☐ ☐ ☐ ☐

Quando eu tenho um problema, eu posso falar sobre isso com outros membros da comunidade.

☐ ☐ ☐ ☐

As pessoas desta comunidade têm necessidades, prioridades e objetivos semelhantes.

☐ ☐ ☐ ☐

Bloco B

As questões seguintes referem-se à comunidade #NaoPartilhes

14. Numa escala de 1 a 4 (sendo 1 - Nunca e 4 - Sempre), indica como te posicionas nas seguintes frases: *

	1 - Nunca	2 - Poucas vezes	3 - Muitas vezes	4 - Sempre
Posso confiar nas pessoas desta comunidade.	☐	☐	☐	☐
Eu consigo reconhecer a maioria dos membros desta comunidade.	☐	☐	☐	☐
A maioria dos membros da comunidade conhece-me.	☐	☐	☐	☐
Esta comunidade tem símbolos e expressões que remetem para a comunidade, como roupas, sinais, expressões...	☐	☐	☐	☐
Eu dedico muito tempo e esforço para ser parte desta comunidade.	☐	☐	☐	☐
Ser membro desta comunidade é parte da minha identidade.	☐	☐	☐	☐

Bloco C

As questões seguintes referem-se à comunidade #NaoPartilhes

15. Numa escala de 1 a 4 (sendo 1 - Nunca e 4 - Sempre), indica como te posicionas nas seguintes frases: *

	1 - Nunca	2 - Poucas vezes	3 - Muitas vezes	4 - Sempre
Integrar-me nesta comunidade é importante para mim.	☐	☐	☐	☐
Esta comunidade pode influenciar outras comunidades.	☐	☐	☐	☐
Eu preocupo-me com o que os outros membros da comunidade pensam sobre mim.	☐	☐	☐	☐
Eu tenho influência sobre como é esta comunidade.	☐	☐	☐	☐
Se houver um problema nesta comunidade, os seus membros	☐	☐	☐	☐
Esta comunidade tem bons líderes.	☐	☐	☐	☐

Bloco D

As questões seguintes referem-se à comunidade #NaoPartilhes

16. Numa escala de 1 a 4 (sendo 1 - Nunca e 4 - Sempre), indica como te posicionas nas seguintes frases: *

	1 - Nunca	2 - Poucas vezes	3 - Muitas vezes	4 - Sempre
É muito importante para mim fazer parte desta comunidade.	☐	☐	☐	☐
Costumo estar e gosto de estar com outros membros da comunidade.	☐	☐	☐	☐
Eu espero fazer parte desta comunidade por muito tempo.	☐	☐	☐	☐
Membros desta comunidade têm partilhado eventos importantes entre si, como momentos de convívio e celebrações.	☐	☐	☐	☐
Sinto-me com esperança acerca do futuro desta comunidade.	☐	☐	☐	☐
Os membros desta comunidade preocupam-se uns com os outros.	☐	☐	☐	☐

Bloco E

As questões seguintes referem-se à comunidade #NaoPartilhes

17. Numa escala de 1 a 5, sendo 1 - Discordo Totalmente e 5 - Concordo Totalmente, qual o teu grau de concordância com a frase seguinte? *

	1 - Discordo Totalmente	2	3	4	5 - Concordo Totalmente
O #NaoPartilhes contribui para uma maior conscientiz- ação acerca do tema da violência sexual baseada em imagens.	☐	☐	☐	☐	☐

18. Outros comentários ou considerações:

Dados Sociodemográficos

19. Género *

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Other

20. Idade *

- ☐ <18 anos
- ☐ 18 - 25 anos
- ☐ 26 - 35 anos
- ☐ 36 - 45 anos
- ☐ 46 - 55 anos
- ☐ 56 - 65 anos
- ☐ >65 anos

21. Onde vives? *

- ☐ Área Metropolitana de Lisboa
- ☐ Região Centro
- ☐ Região Norte
- ☐ Região Sul
- ☐ Região Autónoma da Madeira
- ☐ Região Autónoma dos Açores
- ☐ Other

22. Qual o teu grau de escolaridade completo mais elevado? *

- ☐ 1º Ciclo (4º Ano)
- ☐ 2º Ciclo (6º Ano)
- ☐ 3º Ciclo (9º Ano)
- ☐ Ensino Secundário (12º Ano)
- ☐ Licenciatura
- ☐ Pós-Graduação
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutoramento

23. Situação Profissional atual:

- ☐ Trabalhador por Conta de Outrem
- ☐ Trabalhador por Conta Própria
- ☐ Desempregado
- ☐ Trabalhador - Estudante
- ☐ Reformado

Anexo B - Posicionamento da amostra face ao movimento #NaoPartilhes

	Opção de Resposta			
	Sim		Não	
	n	%	n	%
Tens conhecimento de alguma vez terem partilhado fotos ou vídeos íntimos teus, sem o teu consentimento?	75	24,3%	234	75,7%
Conheces ou tens conhecimento de alguém que tenha passado por essa situação?	282	91,3%	27	8,7%
Já partilhaste conteúdo íntimo de outra pessoa sem o seu consentimento?	24	7,8%	282	91,3%
Costumas consumir conteúdo partilhado pela página #NaoPartilhes?	174	56,3%	135	43,7%
Costumas conversar com outras pessoas que também conhecem o #NaoPartilhes?	81	26,2%	228	73,8%
Sabias que a partilha de conteúdos íntimos de outra pessoa sem o seu consentimento é um crime punido por lei?	300	97,1%	9	2,9%
Já sabias antes de consumidores o conteúdo do #NaoPartilhes?	182*	61%	118*	39%

N= 309 *N= 300, uma vez que responderam afirmativamente à questão anterior

Anexo C - Distribuição de respostas em relação à questão “Desde quando conheces o #NaoPartilhes?”

	n	%
Desde o início do movimento (final de 2020)	162	52,4%
Há cerca de um ano	93	30,1%
Recentemente	54	17,5%
Total	309	100%

Anexo D - Distribuição de respostas em relação à questão “Com que frequência consumes conteúdo partilhado pela página #NaoPartilhes?”

	n	%
Sempre que publicam conteúdo	108	35%
Às vezes	57	18,4%
Raramente	9	2,9%
Total	174	100%