

iscte

INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Nasci Mulher - Perceções sobre o papel das Redes Sociais no esclarecimento dos Direitos das Mulheres

Eva Maria Manso Martins

Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação

Orientadores:

Doutora Inês Teixeira de Sousa Messias, Investigadora
Associada, ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Doutor Abílio Gaspar de Oliveira, Professor Associado (com
Agregação), ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2024



TECNOLOGIAS
E ARQUITETURA

Departamento de Ciências e Tecnologias da Informação

**Nasci Mulher - Perceções sobre o papel das Redes Sociais
no esclarecimento dos Direitos das Mulheres**

Eva Maria Manso Martins

Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação

Orientadores:

Doutora Inês Teixeira de Sousa Messias, Investigadora
Associada, ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Doutor Abílio Gaspar de Oliveira, Professor Associado (com
Agregação), ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

outubro, 2024

Direitos de cópia ou Copyright

©Copyright: Eva Maria Manso Martins.

O Iscte - Instituto Universitário de Lisboa tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

“It is literally impossible to be a woman. You are so beautiful, and so smart, and it kills me that you don't think you're good enough. Like, we have to always be extraordinary, but somehow, we're always doing it wrong.

You have to be thin, but not too thin. And you can never say you want to be thin. You have to say you want to be healthy, but also you have to be thin. You have to have money, but you can't ask for money because that's crass. You have to be a boss, but you can't be mean. You have to lead, but you can't squash other people's ideas. You're supposed to love being a mother, but don't talk about your kids all the damn time. You have to be a career woman but also always be looking out for other people.

You have to answer for men's bad behavior, which is insane, but if you point that out, you're accused of complaining. You're supposed to stay pretty for men, but not so pretty that you tempt them too much or that you threaten other women because you're supposed to be a part of the sisterhood.

But always stand out and always be grateful. But never forget that the system is rigged. So find a way to acknowledge that but also always be grateful.

You have to never get old, never be rude, never show off, never be selfish, never fall down, never fail, never show fear, never get out of line. It's too hard! It's too contradictory and nobody gives you a medal or says thank you! And it turns out in fact that not only are you doing everything wrong, but also everything is your fault.

I'm just so tired of watching myself and every single other woman tie herself into knots so that people will like us. And if all of that is also true for a doll just representing women, then I don't even know.”

- Barbie. Directed by Greta Gerwig, Warner Bros. Pictures, 2024

Agradecimentos

Esta dissertação é o resultado de um esforço conjunto de todos aqueles que, de alguma forma, contribuíram para que este trabalho se tornasse realidade.

Um agradecimento à minha orientadora, Professora Inês Messias por toda a ajuda, aconselhamento e disponibilidade que me proporcionou ao longo das várias fases de desenvolvimento deste estudo.

Agradeço também ao Professor Abílio Oliveira, que desde o primeiro dia se disponibilizou para me acompanhar.

A todos os meus amigos, familiares e colegas que se disponibilizaram em partilhar o questionário utilizado, ajudando-me e apoiando-me nesta etapa fundamental do estudo.

Aos meus pais por serem os pilares da minha vida e por me terem dado a oportunidade e incentivo para dar continuidade ao meu percurso académico. Obrigada pela disponibilidade, dedicação e apoio demonstrados.

À minha irmã Ana por ser a luz e paz nos momentos mais atribulados. Por todo o carinho, incentivo. Obrigada pelo apoio e por estares sempre ao meu lado.

À minha avó Isabel, por todo o apoio e amor incondicional.

À minha madrinha Margarida, pelo seu forte e permanente apoio e incentivo.

Às amigas que não são de sempre, mas ficarão para sempre, Maria e Inês, por estarem comigo desde o primeiro dia desta etapa, por todo o apoio e amizade.

E porque nem todos estão fisicamente aqui, mas estarão sempre na minha memória, um agradecimento especial ao meu avô e tio Francisco. Onde quer que seja. Para sempre.

A todos, o meu sincero obrigada!

Resumo

O crescimento do acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação traduziu-se, em poucas décadas, numa profunda transformação da sociedade. De entre as inúmeras ferramentas de comunicação que emergiram, as denominadas “Redes Sociais” têm vindo a consolidar-se ao longo dos anos, tornando-se na atualidade indispensáveis para inúmeros utilizadores. Numa sociedade onde o tema Desigualdade de Género é cada vez mais objeto de discussão e debate, e, em que a informação e partilha de experiências veiculada nas Redes Sociais cresce exponencialmente, este estudo analisa o impacto das Redes Sociais na consciencialização e promoção dos direitos das mulheres, investigando como os utilizadores as percebem como ferramentas para disseminação de informação e esclarecimento sobre estes direitos.

Tendo em conta a questão de investigação, os objetivos propostos e a revisão de literatura, realizou-se um estudo inferencial para o qual foi desenvolvido um questionário. Os resultados obtidos mostram que, embora as Redes Sociais tenham grande potencial para promover mudanças sociais, existem diferenças de percepção entre géneros. Revelam também que as mesmas desempenham um papel na consciencialização sobre os direitos das mulheres, embora a percepção da sua eficácia varie entre diferentes grupos de utilizadores, evidenciando tanto o seu potencial como suas limitações na promoção da igualdade de género.

Este trabalho contribui para compreendermos a importância e percepção da informação presente nas Redes Sociais e a forma como a mesma é recebida. Pretende-se, assim, contribuir também para uma compreensão mais aprofundada do papel das Redes Sociais na sociedade, especialmente enquanto fonte de informação sobre os direitos das mulheres.

Palavras-Chave: Mulher, Redes Sociais, Tecnologias da Informação e da Comunicação, Igualdade, Cidadania.

Abstract

The growth of access to Information and Communication Technologies has led, in just a few decades, to a profound transformation of society. Among the numerous communication tools that have emerged, the so-called "Social Media" have increased over the years, thus becoming indispensable for countless users today.

In a society where Gender Inequality is increasingly a topic of discussion and debate, and where the dissemination of information and sharing of experiences on Social Media grows exponentially, this study analyses the impact of Social Media on raising awareness and promoting women's rights. In other words, it investigates how users perceive them as tools for spreading information and clarifying these rights.

Based on the research question, proposed objectives and upon reviewing the research in this field, I have conducted an inferential study and developed a questionnaire to gauge the impact of Social Media on women's rights.

The results show that, while Social Media have great potential to promote social change, there are differences in perception between genders. The results also reveal that these platforms play a role in raising awareness about women's rights; yet, perceptions of their effectiveness vary among different user groups. Indeed, they highlight both their potential and limitations while promoting gender equality.

This work contributes to understanding the importance and perception of the information present on Social Media and how it is received. Additionally, it also aims to provide a deeper understanding of the role of Social Media in society, particularly as a source of information on women's rights.

Keywords: Woman, Social Networks, Information and Communication Technologies, Equality, Citizenship.

Índice Geral

Agradecimentos	i
Resumo	iii
Abstract	iv
Índice Geral	v
Índice de Tabelas	vii
Índice de Figuras	viii
Glossário de Abreviaturas e Siglas	ix
Introdução Geral	1
Enquadramento do tema	1
Motivação e relevância do tema	2
Questões e objetivos de investigação	3
Abordagem metodológica.....	4
Estrutura e organização da dissertação	4
Parte I – Revisão da Literatura	7
1. Mulher, história e feminismo(s)	7
1.1. História e evolução dos Direitos das Mulheres no Mundo	7
1.2. O caso português	9
1.3. Diferentes Esferas dos Direitos das Mulheres.....	11
2. Tecnologias da Informação.....	17
2.1. Evolução das Tecnologias da Informação.....	17
2.2. O Surgimento das Redes Sociais Modernas.....	18
3. Redes Sociais: Impacto Social	21
3.1. Impacto e Poder das Redes Sociais na Sociedade.....	21
3.2. Redes Sociais como fonte de informação	22
3.3. Influência da mudança de comportamentos	23
3.4. As Redes Sociais e as Gerações	23
4. Cidadania Digital	25
4.1. Definição e importância da cidadania digital	25
4.2. Literacia Digital para Mulheres.....	26
4.3. O Papel das Mulheres na Era Digital	26
Parte II - Investigação	29
5. Estudo Inferencial	29
5.1. Introdução ao estudo inferencial	29
5.2. Objetivos	29

5.3. Metodologia	30
5.4. Participantes – Amostra	30
5.5. Instrumento – Questionário	31
5.6. Procedimento e tratamento de dados.....	32
5.7. Resultados	33
5.8. Discussão dos resultados	51
6. Conclusões	55
6.1. Principais conclusões.....	55
6.2. Limitações e sugestões para estudos futuros	57
7. Referências Bibliográficas.....	59
Anexos e Apêndices	67
Apêndice A – Questionário	67
Apêndice B – Tabela de objetivos face às afirmações do questionário.....	78
Apêndice C – Gráficos	79
Apêndice D – ANOVA	90

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Redes Sociais mais utilizadas.....	36
Tabela 2 - Género e frequência de utilização das Redes Sociais.....	37
Tabela 3 – Finalidades da utilização das Redes Sociais.....	37
Tabela 4 - Utilização Redes Sociais.....	38
Tabela 5 - Sigo contas nas Redes Sociais relacionadas aos Direitos das Mulheres (entre géneros).....	38
Tabela 6 - Seguir contas relacionadas com direitos das mulheres (Orientação sexual) .	39
Tabela 7 - Motivação seguir contas relacionadas direitos das mulheres.....	39
Tabela 8 - Áreas/Temas que mais procuram.....	40
Tabela 9 - Ter filhos e violência obstétrica.....	40
Tabela 10 - ACP Áreas/Temas que mais procuram.....	41
Tabela 11 - Visibilidade Temas/Áreas dos direitos das mulheres.....	42
Tabela 12 - Ter filhos e violência obstétrica (Tema amplamente discutido).....	42
Tabela 13 - ACP Visibilidade Temas/Áreas dos direitos das mulheres.....	43
Tabela 14 - Redes Sociais mais esclarecedoras nos direitos das mulheres.....	44
Tabela 15 - Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais.....	44
Tabela 16 - Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres (Género).....	44
Tabela 17 - Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres (Orientação Sexual).....	45
Tabela 18 - Contribuição das Redes Sociais aumento da consciência cívica.....	45
Tabela 19 - Contribuição das Redes Sociais aumento da consciência cívica (diferença géneros).....	46
Tabela 20 - Contribuição das Redes Sociais para o aumento da consciência cívica (Orientação Sexual).....	47
Tabela 21 - Mudar opinião após visualizar conteúdos.....	47
Tabela 22 - Temas/Áreas de mudança de opinião.....	48
Tabela 23 - Ter filhos e interrupção voluntária da gravidez/Aborto.....	48
Tabela 24 - ACP Temas/Áreas de mudança de opinião.....	49
Tabela 25 - Influência e inclusão Redes Sociais.....	49
Tabela 26 - Tabela 21 - Influência e inclusão Redes Sociais (entre género).....	50
Tabela 27 - Tabela 21 - Influência e inclusão Redes Sociais (Ensino).....	50
Tabela 31 - ANOVA Áreas/Temas que mais procuram.....	90
Tabela 32 - ANOVA Visibilidade Temas/Áreas dos direitos das mulheres.....	90
Tabela 33 - ANOVA Temas/Áreas de mudança de opinião.....	90

Índice de Figuras

Figura 1 - Cronograma datas lançamento das principais Redes Sociais (Boyd & Ellison, 2007).....	19
Figura 2 - Idade Inquiridos	33
Figura 3 - Género Inquiridos	34
Figura 4 - Orientação Sexual Inquiridos.....	34
Figura 5 - Nível Escolaridade Inquiridos	35
Figura 6 - Filhos Inquiridos	35
Figura 7 - Navegação na internet.....	36
Figura 8 - Utilizo as seguintes Redes Sociais com a seguinte frequência.....	79
Figura 9 - Utilizo as Redes Sociais para os seguintes fins	79
Figura 10 - Participei em iniciativas cívicas ou de ativismo nas Redes Sociais	80
Figura 11 - Partilhei conteúdos sobre questões sociais nas Redes Sociais.....	80
Figura 12 - Procurei informação sobre os Direitos das Mulheres nas Redes Sociais	81
Figura 13 - Nas Redes Sociais sigo contas relacionadas com os Direitos das Mulheres	81
Figura 14 - Sigo estas contas nas Redes Sociais devido	82
Figura 15 - Nas Redes Sociais, habitualmente procuro informações sobre os Direitos das Mulheres nas seguintes áreas ou temas	82
Figura 16 - Os temas relacionados com os Direitos das Mulheres que considero terem mais visibilidade ou que são mais amplamente discutidos nas Redes Sociais são	83
Figura 17 - Na minha opinião, as Redes Sociais que fornecem informações mais esclarecedoras sobre os Direitos das Mulheres	83
Figura 18 - Considero a influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres	84
Figura 19 - Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres	84
Figura 20 - Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres	85
Figura 21 - Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais	85
Figura 22 - Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres	86
Figura 23 - Considero que alterei a minha opinião em relação aos Direitos das Mulheres após visualizar conteúdos sobre o assunto nas Redes Sociais.....	86
Figura 24 - Considero ter alterado a minha opinião nos seguintes temas	87
Figura 25 - A informação disponível nas Redes Sociais é amplamente diversificada para abordar todas as questões importantes relacionadas com os Direitos das Mulheres.....	87
Figura 26 - Considero que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais.....	88
Figura 27 - Considero que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões.....	88
Figura 28 - Considero que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população	89

Glossário de Abreviaturas e Siglas

ACP – Análise de Componentes Principais

ANOVA – Análise de Variância

APAV – Associação Portuguesa de Apoio à Vítima

CCF – Comissão da Condição Feminina

CE – Comunidade Europeia

CIG – Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género

UE – União Europeia

IG – Interrupção da Gravidez

INE – Instituto Nacional de Estatística

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONU – Organização das Nações Unidas

PNCVD – Plano Nacional Contra a Violência Doméstica

Introdução Geral

Enquadramento do tema

O crescimento das novas tecnologias da informação e comunicação levou a inúmeras alterações na sociedade, afetando a esfera económica, cultural, política e social. As Redes Sociais assumem um papel predominante neste novo paradigma com base nas tecnologias de que dispomos, o que revolucionou a forma como comunicamos, pensamos e atuamos.

Entre as inúmeras ferramentas que surgiram nos últimos anos, nas Redes Sociais *on-line*, destacamos o YouTube, o Facebook, o Twitter, Instagram e mais recentemente o TikTok. Estas plataformas caracterizam-se pela capacidade de, num único espaço, um indivíduo mostrar quem é (ou quem pretende ser), e partilhar as suas experiências e ideais. Deste modo, pode também influenciar um número indefinido de outros utilizadores, sem qualquer controlo das suas ações e sem custos associados. Os “líderes das opiniões digitais” / *influencers*, são assim capazes de influenciar as atitudes, decisões e os comportamentos dos seus seguidores (De Veirman et al., 2017).

Para uma grande parte dos utilizadores o uso destas plataformas é diário, fazendo parte das suas rotinas. Estas ferramentas disponibilizam um conjunto de oportunidades de interação entre os seus utilizadores, proporcionando uma nova forma de interagir e comunicar e, de certa forma, de estar no mundo. Um fenómeno, muito comum nos dias de hoje, leva a que, numa única publicação, um único utilizador possa ter grande impacto, sendo até capaz de se refletir em mudanças estruturais na sociedade (Kawamoto & Hatano, 2014).

No século XVIII a questão da igualdade de género foi encarada pela primeira vez com objetividade (De Beauvoir, 1970). Em 1869, John Stuart Mill publica *The Subjection of Women* (Sujeição da Mulher). Em 1970, a célebre feminista norte-americana Kate Millett publica *Sexual Politics* (Política Sexual) onde, pela primeira vez nos Estudos de Género e de Mulher, se frisa que o Patriarcado é universal. Porém, só em 1979, a Organização das Nações Unidas, enumera no seu programa, pela primeira vez no Direito Internacional, a necessidade de desfazer a distribuição rígida de papéis sociais em função do género (Beleza, 2004). No caso português, devido à herança do Estado Novo que considerava a Mulher hierarquicamente inferior ao homem, devido à sua natureza e pelo bem da família (Mineiro, 2007), o processo tornou-se moroso levando a que se manifestasse tarde na sociedade portuguesa, e somente nos anos posteriores ao 25 de Abril 1974, testemunhou-se um conjunto de transformações significativas na democratização do acesso à educação, ao ensino, ao voto e ao trabalho (Ferreira et al., 2010). A Constituição da República de 1976 representou um marco ao consagrar, pela primeira vez no ordenamento constitucional português, a igualdade de direitos das mulheres. Contudo, o reconhecimento da igualdade de género na legislação é um processo em contínua evolução. Dado que a igualdade é um conceito

valorativo, relativo e construído e a compreensão do seu significado tem-se transformado ao longo do tempo (Fertuzinhos, 2016). Pelo que urge “desconstruir” ideias estabelecidas para que seja possível alcançar uma efetiva e universal igualdade de direitos.

Nas últimas décadas do século XIX, as mulheres, inicialmente na Inglaterra, uniram-se para reivindicar seus direitos, tornando-se pioneiras em uma série de manifestações em Londres que provocaram consideráveis polémicas e revoltas na sociedade da época. Desde greves de fome e interrupções de eventos públicos até a exibição de cartazes, a distribuição de panfletos e protestos silenciosos, as sufragistas não adotaram a tradicional estratégia de greves no sentido de paralisar atividades de trabalho para obter concessões. Em vez disso, foram inovadoras na abordagem, usando uma variedade de táticas para exercer pressão por mudanças políticas e sociais (Jones, 2023).

A *web* social tem contribuído para transformar a estrutura do ativismo da igualdade de género. A rápida interação e a troca de informação entre pessoas favorecem a divulgação de ideais feministas com relações horizontais dentro de instituições e, ao mesmo tempo, promovem um aumento constante de contactos que sustentam o ativismo de igualdade de género e a sensibilização para com as demais causas humanas (Friedman, 2005).

As Redes Sociais têm permitido ao público mundial falar sobre a injustiça social e apresentar queixas sobre as políticas existentes, sendo assim capazes de influenciar comportamentos, atitudes e crenças, e, ao mesmo tempo, ser a voz da luta pela igualdade de direitos das mulheres, levando a um aumento da consciência e mudança de atitude (Shukla et al., 2020). Os últimos anos têm sido marcados por uma transformação de paradigma para o movimento feminista, levando a uma descida considerável do limiar de tolerância face a maus comportamentos machistas, e promovendo a sua rejeição em vez do sexismo normal (Lipovetsky, 2022).

Motivação e relevância do tema

A igualdade de género constitui um objetivo fundamental e, como sociedade, é essencial trabalhar para a alcançar num futuro próximo, reconhecendo a sua importância intrínseca para a justiça social, o bem-estar humano e o desenvolvimento sustentável. Promover a igualdade e os direitos das mulheres não é apenas uma questão de justiça social, mas também é crucial para o progresso e a estabilidade de uma sociedade justa e equitativa. A criação de um ambiente inclusivo que valorize a diversidade de género e promova a igualdade é fundamental para construir um futuro mais próspero e sustentável para todos (Leach et al., 2018). A luta pela igualdade de género é, portanto, essencial para garantir uma cidadania plena e significativa para todos os membros da sociedade.

A Organização das Nações Unidas (ONU) desempenha um papel fundamental na promoção da igualdade, tendo como missão proteger os direitos humanos, incluindo os direitos das mulheres, das minorias e de grupos vulneráveis. A igualdade de género é um dos grandes Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pela ONU como parte da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Especificamente, é identificado como o Objetivo de Desenvolvimento Sustentável número 5 (ODS 5), que busca “Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas”.

Nesse contexto, as Redes Sociais desempenham um papel crucial, permitindo a comunicação, partilha de experiências e informação relacionadas com a injustiça social. Estas não apenas influenciam comportamentos, atitudes e crenças, mas também emergem como uma poderosa voz na defesa da igualdade de direitos das mulheres.

É neste contexto e neste ambiente social que surge a motivação para a realização um estudo sobre a forma como a utilização das Redes Sociais contribui para um maior esclarecimento dos direitos das mulheres em Portugal.

Questões e objetivos de investigação

No âmbito de uma sociedade digital, onde a utilização das Redes Sociais para a procura de informação e esclarecimento é dominante surge a questão de investigação deste estudo: Em que medida a informação disponível nas Redes Sociais poderá ajudar a esclarecer os direitos das mulheres em Portugal?

A função de pesquisa que se pretende seguir é averiguar e compreender como a utilização das Redes Sociais, quer por homens, quer por mulheres, pode contribuir para o seu esclarecimento acerca dos direitos das mulheres em Portugal.

Deste modo, esta investigação, cuja população-alvo é constituída por indivíduos adultos residentes em Portugal, tem como objetivos:

- a) Avaliar o grau de utilização das Redes Sociais mais conhecidas;
- b) Comparar o grau de utilização das Redes Sociais entre géneros;
- c) Avaliar se as Redes Sociais são consideradas como um meio credível ou válido para esclarecimento dos direitos das mulheres;
- d) Averiguar em que áreas ou temas relativos aos direitos das mulheres, se considera que as Redes Sociais têm informação esclarecedora disponível;

- e) Verificar a perceção quanto à eficácia dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os direitos das mulheres;
- f) Comparar as perceções encontradas entre géneros (masculino e feminino);
- g) Avaliar como as Redes Sociais são utilizadas como ferramentas para promover a cidadania digital e a participação cívica.

Abordagem metodológica

Tendo em conta os objetivos indicados, esta investigação compreende duas fases.

Iniciaremos a investigação com uma revisão de literatura existente sobre a temática, para que, posteriormente, tenhamos a informação necessária para construir um questionário – como principal instrumento para a recolha de dados, no decorrer do estudo inferencial, de cariz quantitativo, que iremos realizar. O questionário – constituído por perguntas de resposta fechada, acompanhadas de escalas tipo Likert (1 – 5) – será implementado através de uma plataforma *online*, sendo a amostra constituída por portugueses com mais de 18 anos, residentes em Portugal.

O questionário será dividido em duas partes: caracterização sociodemográfica da pessoa inquirida, idade, nível de escolaridade atingido, e número de filhos havidos; a segunda parte irá agrupar um conjunto de questões, no sentido de compreender de que modo os inquiridos percecionam as Redes Sociais como um meio de esclarecimento dos seus direitos ou se estas têm apenas um impacto residual nesta matéria.

Com base nos dados disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), relativos à população residente, será aplicada a fórmula de Krejcie e Morgan (1970), de forma a determinar o tamanho adequado da amostra a constituir.

Estrutura e organização da dissertação

Esta dissertação está dividida em seis capítulos. O primeiro, segundo, terceiro e quarto capítulo refletem o enquadramento teórico, designado por revisão da literatura, onde é abordada a história e evolução dos direitos das mulheres, assim como a sua contextualização nas diferentes áreas. Seguem-se a evolução das tecnologias da informação, o aparecimento das Redes Sociais e o impacto das mesmas no tecido social. Por fim é abordado o conceito de Cidadania Digital.

O quinto capítulo, é dedicado ao estudo em causa, à metodologia utilizada no processo de recolha e tratamento de dados, ao questionário utilizado para a recolha de informação, às características da amostra populacional criada para a realização do estudo, bem como aos métodos de análise utilizados. Incluirá também a análise dos resultados obtidos, as técnicas de análise de

dados utilizadas e a relação dos objetivos propostos face aos resultados obtidos assim como a discussão dos resultados.

O sexto e último capítulo, apresenta as conclusões do estudo, bem como as recomendações e limitações observadas.

Parte I – Revisão da Literatura

1. Mulher, história e feminismo(s)

As mulheres representam metade da população mundial e, portanto, também metade do seu potencial. No entanto, a persistência da desigualdade de gênero a nível mundial impede o progresso social. Ao ritmo atual, estima-se que serão necessários 300 anos para erradicar o casamento infantil, 286 anos para superar as lacunas na proteção legal e eliminar leis discriminatórias, 140 anos para alcançar uma representação equitativa de mulheres em posições de poder e liderança no local de trabalho, e 47 anos para atingir uma representação igualitária nos parlamentos nacionais (United Nations, 2023).

1.1. História e evolução dos Direitos das Mulheres no Mundo

Durante séculos, as representações das mulheres, tanto por meio de imagens quanto por meio do discurso, foram controladas e influenciadas pelos homens. As fontes históricas, especialmente documentos escritos, eram em sua maioria produzidas por homens até tempos recentes (Perrot & Duby, 2002). Como resultado, a história das mulheres, com poucas exceções, é em grande parte a história que os homens contaram sobre elas. As mulheres notáveis mencionadas na historiografia política e militar, como Cleópatra, Joana d’Arc ou a Rainha Isabel I de Inglaterra, são lembradas pelas suas ações em campos historicamente dominados por homens, como a guerra e a política. Isso destaca como as mulheres foram frequentemente representadas em papéis que eram considerados tradicionalmente masculinos.

Apesar da evidente contribuição das mulheres ao longo dos séculos na construção e preservação das sociedades, até o início do século XX, prevalecia a visão de que as mulheres constituíam naturalmente uma classe inferior aos homens (Deretic, 2015). Herdada pelo Ocidente, essa concepção foi reforçada pela interpretação judaico-cristã da narrativa bíblica da criação do mundo, segundo a qual Deus disse “*Não é bom que o homem fique sozinho*”, tendo criado a mulher depois do homem, e a partir do homem.

Em diversos aspetos, a mulher, foi colocada em segundo plano na sociedade, como mera coadjuvante, quase sempre submissa ao masculino, seja ele pai, irmão ou cônjuge, sendo sempre subjugada e tendo de prestar contas sobre os seus atos (De Beauvoir, 1970).

Existe uma questão cultural e, até mesmo, histórica, em que era (e ainda é) transmitido às mulheres que comportamento estas deveriam ter para serem consideradas dignas de ter ao seu

lado uma figura masculina, perpetuando assim a imagem de mulher dócil, submissa e resignada (Mill, 2006).

A luta das mulheres pela conquista de direitos, especialmente pelo direito civil e político ao voto, foi visível e teve nítido enfoque durante a denominada primeira onda do movimento feminista, que ocorreu nos séculos XIX e XX. As mulheres, que foram - e continuam a ser - marcadas por desigualdade e inferiorização em relação ao homem, uniram-se, através de manifestações populares com o intuito de obter o direito civil e político ao voto. Em 1837, o conceito de feminismo surgiu pela primeira vez com a contribuição do teórico francês Charles Fourier, este engloba vários movimentos sociais, culturais e políticos, teorias e filosofias morais preocupadas com as desigualdades de gênero e com a igualdade de direitos para as mulheres (Pande, 2018).

Embora as práticas feministas possam ser entendidas como anteriores à existência de um movimento social coerente, o feminismo contemporâneo é entendido como um desenvolvimento contínuo, construído sobre os alicerces de movimentos e teorias feministas do passado (Bell et al., 2019). O feminismo desdobrou-se em três momentos sendo estes, a primeira onda, que ocorreu entre o final do século XIX e o começo do século XX; a segunda onda, entre os anos de 1960 e 1980; e a terceira onda, entre os anos de 1990 a 2000.

O feminismo da primeira onda surgiu no contexto da sociedade industrial e política liberal, conectado ao movimento liberal pelos direitos das mulheres e ao feminismo socialista. Preocupado com acesso e igualdade para mulheres (nomeadamente o direito ao voto reconhecido), influenciou ambas as sociedades ocidentais e orientais ao longo do século XX. A segunda onda, nas décadas de 1960 a 1970, associou-se a movimentos pós-guerra, ligando-se aos direitos de grupos oprimidos. Já a terceira onda, a partir da metade da década de 1990, surge em um novo contexto pós-colonial e pós-socialista, desafiando noções universais de feminilidade e abraçando diversidade e ambiguidade na teoria e política (Krolokke & Sorensen, 2005). Esta última onda é geralmente representada como centrada no local de trabalho e nos direitos reprodutivos sob a forma de igualdade salarial, acesso a contraceção ou ao aborto, e o direito de estar livre de violência de gênero (proteções contra a violência doméstica, agressão sexual, assédio e outras formas de violência que podem ser perpetradas com base no gênero de uma pessoa) (Bell et al., 2019).

A quarta onda, onde nos encontramos na atualidade, é frequentemente percebida como uma extensão de práticas e estratégias feministas preexistentes. No entanto, destaca-se pela intencional adoção das potencialidades dos meios de comunicação digitais e sociais, utilizando-os para participar ativamente no diálogo feminista, promover a conscientização, organizar e disseminar informações (Caldeira, 2023).

Perante a urgência crescente do desenvolvimento sustentável a nível mundial, as Nações Unidas anunciaram em setembro de 2015, a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, uma iniciativa destinada a enfrentar os desafios globais nos próximos 15 anos. Com a promoção do desenvolvimento sustentável, observa-se uma crescente compreensão de que a sustentabilidade com a qual a Igualdade de Género está intrinsecamente ligada, sendo ambas interdependentes (Pandey & Kumar, 2019). A Igualdade de Género surge assim como componente central para o cumprimento dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Esta importância decorre das persistentes desigualdades em áreas como educação, emprego, saúde, expectativa de vida, dinâmicas familiares e participação política (Shang et al., 2022). Os ODS desempenham um papel crucial no contexto do feminismo, destacando a importância do alcance da igualdade de género para o desenvolvimento global.

Na atualidade, o feminismo incorporou-se profundamente no ethos da sociedade após várias décadas de contínua agitação política e civil. No entanto ainda existe nos dias de hoje uma sociedade sexista, que resulta na marginalização, opressão e exploração sistemática das mulheres. É possível compreender que o feminismo se fundamenta em uma luta constante, e, embora se tenha alcançado um patamar considerável de direitos, tal luta está longe de ser finalizada.

1.2. O caso português

Em Portugal, as mulheres foram silenciadas pelas normas e imposições patriarcais, uma realidade que persistiu durante o período do Estado Novo, sob a opressão de Salazar. Com a promulgação da Constituição de 1933, moldada na ideologia nacionalista, católica e antiliberal, o feminismo passou a ser considerado uma ameaça significativa, juntamente com o comunismo e o republicanismo (Alves Pereira et al., 2022). Salazar considerava que a mulher não era um elemento interveniente na vida pública, mas um elemento da família e que deveria servir exclusivamente a mesma, definindo assim a mulher como mãe, cuidadora e progenitora.

Na sociedade portuguesa, em meados do século XX, o ideal feminino indicava que a mulher se dedicasse unicamente ao zelo da família, sendo uma diligente dona de casa, "silenciosa e dócil", em outras palavras, as mulheres eram esperadas a se abster de falar e se expressar, submetendo-se a todas as vontades do marido autoritário, anulando-se como indivíduo e em sua própria identidade por obrigação e dever moral (Da Conceição Silva, 2023).

Apesar do contexto ainda ditatorial, no final dos anos de 1960, Portugal vivia a chamada "Primavera Marcelista", Salazar já tinha falecido e o seu lugar era ocupado por Marcelo Caetano. As mulheres das elites políticas e da administração pública começaram a participar ativamente em diversas instâncias internacionais. As suas atividades incluíam formação técnica, estágios,

militância, associativismo e representação diplomática, apesar da natureza autoritária característica da época. Mesmo antes de 1974, o feminismo transnacional influenciou a implementação de iniciativas universais, incluindo em Portugal, onde, foram estabelecidos mecanismos estatais para promover a igualdade, como o grupo no Ministério das Corporações e Previdência Social dedicado ao "estatuto da mulher" (Ferreira et al., 2010).

Após o 25 de Abril de 1974, a sociedade portuguesa, iniciou um processo de grande complexidade onde, simultaneamente, se colocava o fim do Estado Novo, a construção da democracia e o fim da guerra colonial. Nesta altura, para além do machismo e da misoginia presentes na sociedade portuguesa as prioridades eram as lutas políticas pela democracia e, por isso, a questão da igualdade entre géneros era secundária, não resultando assim em mudanças significativas. Por um longo período, a cobertura jornalística de questões de género predominantemente centrava-se em pseudo-acontecimentos¹, como o Dia Internacional das Mulheres (Cabrera, 2021). Depois de as mulheres terem estado fortemente envolvidas nos movimentos revolucionários, parecia não haver lugar para fundar e estabelecer a visibilidade de movimentos feministas (Monteiro & Ferreira, 2016).

O quadro jurídico discriminatório herdado do Estado Novo, cujas tímidas alterações no período marcelista não foram suficientes para uma modificação significativa, revelava-se intolerável numa sociedade que aspirava ser moderna, democrática e renovada pelos ideais da Revolução. A Constituição de 1976 ilegalizou a normatividade social e os seus papéis de desigualdade para homens e mulheres. Contudo, mesmo que tenha sido atenuada ou menos evidente, essa normatividade social ainda persiste.

No cenário nacional, embora as oportunidades estivessem presentes, ainda que de forma limitada à esfera institucional, internacionalmente, observava-se um crescente impulso na reflexão e ação para promover o estatuto das mulheres. Esse momento foi solidificado globalmente com a celebração, pela ONU, do Ano Internacional da Mulher em 1975 (Ferreira et al., 2010).

Na década de 1990, e dada esta marginalização dentro do Estado, a Comissão da Condição Feminina (CCF), estabelecida em 1975 como um desdobramento do grupo de trabalho formado ainda no regime anterior, desenvolveu uma atitude proactiva como estratégia de compensação até ser transformada na Comissão para a Igualdade e os Direitos da Mulher (1992), um marco na mudança de atitude.

¹ "Pseudoacontecimento" é uma expressão utilizada para descrever eventos ou atividades criadas com o principal propósito de atrair a atenção mediática, muitas vezes carentes de significado ou impacto substancial na vida real. Nestes casos, a ênfase recai mais na cobertura mediática do que na relevância intrínseca do acontecimento.

A entrada de Portugal na Comunidade Europeia (CE) em 1986 representou um impulso significativo nas discussões sobre a condição das mulheres. No âmbito da União Europeia (EU) o Tratado de Amesterdão (1997) destacou-se como um dos acordos mais impactantes para promover a igualdade de género e o empoderamento das mulheres. Este tinha como objetivo promover a igualdade entre mulheres e homens, visando a eliminação desigualdades, promover a igualdade em todas as atividades e combater a discriminação com base no sexo, fortaleceu assim o compromisso europeu com a igualdade de género. Já o Tratado de Lisboa (2007) efetivamente incorpora e reitera o princípio da igualdade entre homens e mulheres, incluindo-o entre os valores e objetivos fundamentais da UE (Rêgo, 2012). O Ano Europeu da Igualdade de Oportunidades para Todos (AEIOT) em 2007, marcou também uma mudança significativa em direção à adoção clara e explícita da abordagem da diversidade e combate às múltiplas formas de discriminação (Monteiro, 2013).

Mais recentemente (maio de 2024), a UE aprovou uma diretiva para combater a violência contra as mulheres e a violência doméstica. A tomada de medidas decisivas contra estes atos é crucial para garantir os valores e direitos fundamentais de igualdade entre mulheres e homens e a abolição da discriminação entre eles. A legislação também exige que todos os países da UE criminalizem a mutilação genital feminina, o casamento forçado e a violência cibernética, como o compartilhamento não consensual de imagens íntimas. Esta diretiva inclui também medidas para prevenir a violência contra mulheres e a violência doméstica, e estabelece normas para a proteção das vítimas desses crimes (Council of the EU, 2024).

Os parceiros sociais europeus foram (e são) atores cruciais para a promoção da igualdade de género em Portugal (e nos restantes estados-membros), moldando o significado da igualdade entre homens e mulheres (Rego et al., 2021).

1.3. Diferentes Esferas dos Direitos das Mulheres

A temática em estudo, pela sua diversidade, é complexa, diverge de sociedade para sociedade, engloba diversas vertentes da atividade humana, podendo, portanto, ser objeto de diferentes abordagens, desde os direitos civis fundamentais a aspetos relevantes como a participação política, ou a igualdade salarial. As mulheres enfrentam desafios específicos em diferentes aspetos da vida e procuram alcançar uma igualdade substancial em diversos domínios.

Planeamento Familiar e Educação Sexual

O acesso universal à saúde sexual e reprodutiva, incluindo o planeamento familiar, é um objetivo fundamental para o desenvolvimento sustentável, e “*não deixar ninguém para trás*” é um dos principais distintivos dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) lançados em 2015 pelas Nações Unidas (Ewerling et al., 2018). O planeamento familiar, ainda segundo este objetivo, é crucial para as mulheres, promove a autonomia reprodutiva, melhora a saúde materna, reduz a pobreza, beneficia a saúde infantil, promove a equidade de género, e melhora o bem-estar emocional das mulheres.

A adoção voluntária e eficaz de métodos contraceptivos capacita as mulheres a tomar decisões informadas sobre o planeamento familiar, contribuindo para a diminuição das mortes maternas e infantis. Além disso, o planeamento familiar traz benefícios adicionais, como a ampliação de oportunidades educacionais e empoderamento para as mulheres, contribuindo para crescimento populacional sustentável e desenvolvimento económico global. Estas ações não só beneficiam individualmente as mulheres, mas também têm assim impactos positivos na sociedade como um todo (World Health Organization, 2015).

Direcionada para os mais jovens, a Educação Sexual incentiva o pensamento crítico e racional, onde capacita os jovens de discutir abertamente sobre sexo, compreender factos científicos e agir com base nesse conhecimento, resistindo à pressão dos pares (Krebbekx, 2019). É reconhecida como uma ferramenta fundamental para garantir que a população adquira as informações e ferramentas necessárias para fazer escolhas saudáveis e informadas.

É ainda pertinente referir as questões relativas à saúde menstrual, também enquadrada nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Apesar do aumento da conscientização sobre os desafios relacionados à menstruação na última década, é necessário mais investimento multissetorial para atender as necessidades de todas as pessoas que menstruam (Hennegan et al., 2021). No âmbito em que se enquadra a pobreza menstrual, mulheres com baixos rendimentos enfrentam dificuldades para adquirir produtos de higiene menstrual, em resultado de uma situação de vulnerabilidade financeira. A pobreza menstrual é reconhecida como uma desvantagem material, social e económica que exige medidas especiais (Rao, 2023).

Embora os contextos culturais e sociais variem, estudos recentes fazem referência ao sistema de saúde, pelo facto de refletir uma tendência misógina. São exemplos os casos em que as mulheres são frequentemente excluídas de pesquisas médicas, precisamente devido ao ciclo menstrual e alterações hormonais associadas, que representam quadros complexos para os estudos científicos, levando a uma compreensão limitada de como certas doenças as afetam. Além disso, são consideradas relatoras de sintomas não confiáveis, o que resulta no seu silenciamento e

ignorância por um sistema de saúde que prioriza os homens. Esta exclusão das mulheres de pesquisas de saúde é uma questão de direitos humanos (Thompson & Blake, 2020).

Interrupção da gravidez

O acesso à Interrupção da Gravidez (IG ou aborto) segura é uma questão de saúde reprodutiva. O ato em si, pode definir-se como a terminação de uma gravidez antes das 20 semanas ou antes da viabilidade fetal, um fenómeno decorrente da própria gestação (o caso dos abortos espontâneos), induzido por profissionais de saúde (quando tal é permitido), ou por outros motivos, no caso dos abortos provocados. Desde o final do século XX e início do século XXI, houve uma tendência global para a liberalização do aborto, impulsionada por movimentos de defesa dos direitos das mulheres e pela Organização Mundial de Saúde (OMS). No entanto, entre 39% e 41% das mulheres em todo o mundo vivem em países com leis restritivas em relação à interrupção da gravidez (Feio, 2021).

Em Portugal no ano de 2007, o aborto deixou de ser punível criminalmente, nas situações já previstas na legislação anterior e, adicionalmente, até às dez semanas de gestação por vontade expressa da mulher. A lei marcou um avanço significativo nas políticas de igualdade em Portugal, embora represente um resultado político parcial e tardio de antigas reivindicações feministas (Monteiro, 2022).

Violência Psicológica e Física

A violência doméstica é um problema de saúde pública de longa data. Embora geralmente seja mais comum em mulheres, pode afetar indivíduos em todos os géneros e em qualquer faixa etária. Pode ser físico, emocional, sexual, verbal ou financeiro, e as vítimas muitas vezes sofrem mais de um tipo de abuso (Lund & Thomas, 2023). Uma em cada três mulheres em todo o mundo sofre de violência, sendo o fenómeno considerado pela OMS um problema de saúde pública.

Em Portugal, é, sobretudo, a partir dos anos 80 do século passado, que se identifica a violência doméstica como problema social e apesar dos esforços legislativos, intervenções e recomendações internacionais, bem como políticas nacionais e ações de organizações não governamentais, a prevalência desse problema persiste (Tomás et al., 2018).

Apesar das várias ações e políticas públicas desenvolvidas na última década, sejam elas de cariz legislativo, com a implementação do Plano Nacional Contra a Violência Doméstica (PNCVD), passando, pelas campanhas nacionais de combate à violência doméstica da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG), a violência contra mulheres continua a ser um problema na sociedade portuguesa (Neves & Ramalho, 2022).

Violência e Abuso Sexual

Sendo socialmente injusto, o patriarcado representa e reflete a institucionalização da dominação masculina numa hierarquia com correlações muito elevadas entre posição e género, influenciando a prática e as perceções da violência sexual. O abuso sexual, como evidenciado por este caso e vários outros, frequentemente acontece em ambientes privados, desdobram-se de forma imprevisível, escapando à documentação em vídeo ou fotografia, deixando o testemunho pessoal como a principal ou única prova que os sobreviventes podem apresentar (Nordås & Cohen, 2021).

Os mitos de violação, crenças e preconceitos relativos ao assédio e à violência sexual que contribuem para desculpar diferentes formas de agressão sexual e seus perpetradores, promovem hostilidade contra as vítimas (S. Santos et al., 2022).

Os crimes de violação denunciados em Portugal ainda são uma preocupação pública. No ano 2021, de acordo com o relatório da Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV), foram registados um total de 13 234 vítimas diretas de crime (dos quais 1727 classificados como crimes sexuais), sendo 77,9% das vítimas mulheres (APAV, 2022). O historial de Portugal no combate à violência sexual tende a ser deficiente e inadequado, em parte devido ao facto de o sistema judicial continuar impregnado de mitos de violação com sérias implicações no que diz respeito à justiça e aos imaginários sociais.

Violência Obstétrica

A violência obstétrica é um fenómeno global perpetrado por profissionais de saúde obstétricos durante qualquer contacto ocorrido nos períodos pré-natal, intranatal e pós-natal. Inclui, mas não se limita a formas de violência física, verbal, sexual, estrutural e epistemológica, como procedimentos não consensuais, negligência, tomada de decisão substituta, vergonha e discriminação (van der Waal et al., 2023).

Nos últimos anos assistiu-se a um despertar da sociedade, em geral, e das mulheres, em particular para a violência obstétrica. A autonomia e autodeterminação da grávida, parturiente e puérpera são fundamentais como alicerces para as boas práticas médicas obstétricas. Em Portugal não existe um crime específico para a violência obstétrica, que tem levado as mulheres a apresentar queixas com fundamento em outros crimes o que contribui para a falta de denúncias ou queixas criminais contra profissionais de saúde por maus-tratos no contexto obstétrico (Macedo et al., 2023).

Libertação Sexual: Empoderamento

A sexualidade é uma dimensão essencial do ser humano, envolvendo aspetos biológicos, psicossociais, socioculturais e emocionais. Esta é inerente à pessoa, não se limitando apenas ao seu aspeto reprodutivo. A definição sexual das mulheres, no entanto, representa apenas uma faceta de um problema mais amplo. Em diversos aspetos da vida, a identidade de uma mulher frequentemente é delimitada pelos homens com quem se relaciona. Essa dinâmica não é frequentemente observada no caso dos homens, que geralmente são percebidos e agem no mundo como indivíduos autónomos (Svendsen, 2019).

Antes da chamada revolução sexual (entre 1960 e 1970), as sociedades globalmente consideravam certas práticas e orientações sexuais, assim como o casamento tradicional, como moralmente alinhados com a compreensão convencional da natureza humana. Estas normas incluíam a heterossexualidade e o sexo exclusivamente no contexto do casamento para fins reprodutivos. Estas práticas eram estritamente aplicadas sob normas sociais, sistemas de valores e quadros jurídicos tradicionais ao longo da maior parte da história (Uzomah & Falana, 2020).

O feminismo reconhece que a jornada rumo à libertação sexual é única para cada mulher. Incentiva a diversidade de escolhas e caminhos, valorizando a autonomia e o poder de decisão das mulheres em relação às suas vidas sexuais. Desta forma, a solidariedade entre mulheres não apenas enriquece a compreensão coletiva da libertação sexual, mas também fortalece a capacidade das mulheres de definirem e moldarem suas próprias narrativas (Jamir, 2022).

Educação

A educação, enquanto processo formal, deve ter como objetivo tornar a vida humana melhor, não apenas para alcançar o desenvolvimento intelectual, cultural e social de um indivíduo, mas também, promovendo a sua condição económica.

Na história de Portugal, observamos que durante séculos as mulheres eram privadas de direitos educacionais e de liberdade de expressão, submetidas às vontades dos homens. A proclamação da República em 1910 alimentou a esperança de mudanças na posição social das mulheres (Khvan, 2019). Após o 25 de abril de 1974, ocorreu um significativo avanço na educação das mulheres. Com o fim do regime ditatorial, as mulheres ganharam um maior acesso à educação, antes limitado por normas discriminatórias. A implementação de políticas mais igualitárias contribuiu para uma maior participação feminina nos diversos níveis de ensino, promovendo assim a igualdade de oportunidades educacionais entre os géneros.

Direito Laboral

Recaem sobre as mulheres expectativas relacionadas com a maternidade, sendo esta considerada um ideal feminino em diversos contextos culturais. Questões diversas colocam-se ao nível do mercado de trabalho, sobressaindo uma perceção de incompatibilidade entre ser uma mulher profissional e uma mãe, criando a noção de que é necessário escolher entre esses papéis. Numa sociedade patriarcal, em que o poder cabe aos homens, a mulher ocupa um papel secundário, questionando-se qualquer subversão destas orientações.

A nível mundial, as mulheres continuam a enfrentar desigualdades no poder de decisão económica e a deparar-se com normas de género injustas no ambiente laboral (Kosec et al., 2021). As políticas de licença de maternidade remunerada contribuem para garantir estabilidade financeira às mulheres e às suas famílias, enquanto apoiam a participação ativa das mulheres no mercado de trabalho. Estes resultados promovem normas de género mais equitativas tanto no local de trabalho como no ambiente familiar (Chai et al., 2022).

Igualdade Salarial

A história tem favorecido os homens, perpetuando o domínio masculino. A inclinação para o patriarcado tem sido uma barreira para que as mulheres alcancem sua plena capacidade e potencial no acesso à educação e à independência financeira. Historicamente, a sociedade considerou os homens como chefes de família, o que resultou em um acesso desigual à propriedade e ao controlo dos recursos. Às mulheres foi dado o papel de dona de casa e mãe (Shah, 2022).

Algumas profissões são ocupadas predominantemente por homens, enquanto as mulheres são frequentemente encontradas em carreiras com salários mais baixos. Desde a infância, as mulheres podem ser direcionadas para certas profissões, influenciadas pela socialização que espera que meninas brinquem com bonecas, enquanto meninos brinquem com carros, o que pode incentivar escolhas profissionais específicas, como ser professora ou enfermeira (Tattam & Simister, 2014).

Apesar de, na atualidade, as mulheres estarem integradas no mercado de trabalho, em números equiparados aos homens, a expressão remuneração igual, para trabalho igual continua a ser um desafio. O avanço em direção à igualdade de género é lento, e as políticas adotadas e a legislação implementada têm limitações, impedindo avanços mais significativos neste campo. Segundo a Eurostat, é possível observar a disparidade salarial entre géneros, e a diminuição da mesma ao longo dos anos, tanto no cenário europeu como em Portugal, mantendo este a tendência de redução desde 2015, estando atualmente nos 11,9%, abaixo da média europeia que se encontra nos 12,7% (Eurostat, 2023).

2. Tecnologias da Informação

As Tecnologias da Informação desempenham um papel crucial em todos os aspetos da sociedade moderna, tendo impacto no quotidiano. Afeta a forma como nos comportamos, como interagimos e até como pensamos, à medida que nos adaptamos às mudanças que esta provoca em todas as facetas das nossas vidas (Muller, 2001).

2.1. Evolução das Tecnologias da Informação

A história da Tecnologia da Informação remonta às primeiras civilizações, quando se começou a desenvolver a arte de registar informações. Seguiu um percurso mecânico e, posteriormente, eletrónico, à semelhança da sociedade atual. O termo "Tecnologia da Informação" refere-se coletivamente às diversas tecnologias envolvidas no processamento e transmissão de informações, incluindo a computação, as telecomunicações e a microeletrónica, entre outras. Este termo abarca um conjunto de disciplinas que desempenham um papel crucial na forma como a sociedade lida com a informação ao longo do tempo (Saloni & Bhosale, 2023).

A Tecnologia da Informação tem afetado significativamente a vida humana em quase todas as esferas, na maioria dos sectores, incluindo educação, saúde, negócios, comunicação ou nas tarefas quotidianas. O primeiro avanço significativo na história do registo do conhecimento ocorreu com a invenção do papel e da tinta. O papel foi inventado na China em 105 d.C., proporcionando um meio de escrita mais eficiente e duradouro em comparação com os materiais frágeis utilizados anteriormente. A subsequente invenção da tinta complementou esse avanço, consolidando a criação de documentos mais duradouros. Outro marco crucial na história do conhecimento registado foi a invenção da prensa móvel, por Gutenberg, em 1438 d.C., na Alemanha. Esta inovação foi fundamental para a proliferação da literatura, marcando uma mudança revolucionária no desenvolvimento das bibliotecas e na disseminação do conhecimento (Saloni & Bhosale, 2023).

Uma nova era de grandes invenções e mudanças ocorreu no campo das telecomunicações, incluindo o telégrafo, inventado em 1837 por Samuel Morse nos Estados Unidos, o telefone, criado por Alexander Graham Bell em 1876, o rádio, desenvolvido em 1895 por Guglielmo Marconi, e a televisão, inventada em 1925 por John Logie Baird. Posteriormente, ocorreram avanços como o laser, em 1960, por Theodore Maiman nos Estados Unidos, a comunicação por fibra ótica, satélites de comunicação, transmissão de fax, correio eletrónico, entre outros. Estas inovações revolucionaram as formas de comunicação e conectividade, moldando a forma como interagimos e partilhamos informações na era moderna (Rodríguez et al., 2015).

A Internet teve origem num projeto financiado pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos em 1969. Tornou-se acessível ao público na década de 1990, com a expansão comercial e a criação de fornecedores de acesso (Hoebanx, 2022). A introdução da banda larga e das Redes Sociais nos anos 2000 provocou uma transformação significativa na experiência *online*. A Internet, tal como a conhecemos hoje, resulta de uma evolução contínua ao longo de décadas.

A disseminação da internet e o estabelecimento da rede mundial de computadores foram fatores-chave que possibilitaram a interconexão entre dispositivos. Este avanço foi um ponto crucial para a ampliação da interatividade *online*, possibilitando a proliferação das Redes Sociais como as conhecemos hoje (Castro et al., 2022).

2.2. O Surgimento das Redes Sociais Modernas

Numa sociedade baseada em comunicações, e com a extensa disseminação dos *smartphones*, as Redes Sociais transformaram-se num fenómeno global.

O primeiro site de Rede Social foi lançado em 1997. *SixDegrees.com* apresentou-se como uma plataforma para facilitar a conexão e comunicação entre pessoas. Apesar de atrair milhões de utilizadores, não conseguiu estabelecer-se como um negócio sustentável, resultando no encerramento do serviço em 2000 (Boyd & Ellison, 2007). Entre 1997 e 2001, várias plataformas surgiram, tendo sido este período caracterizado por diversidade e experiências no campo das ferramentas *online*, desempenhando um papel significativo no desenvolvimento das Redes Sociais como as conhecemos hoje.

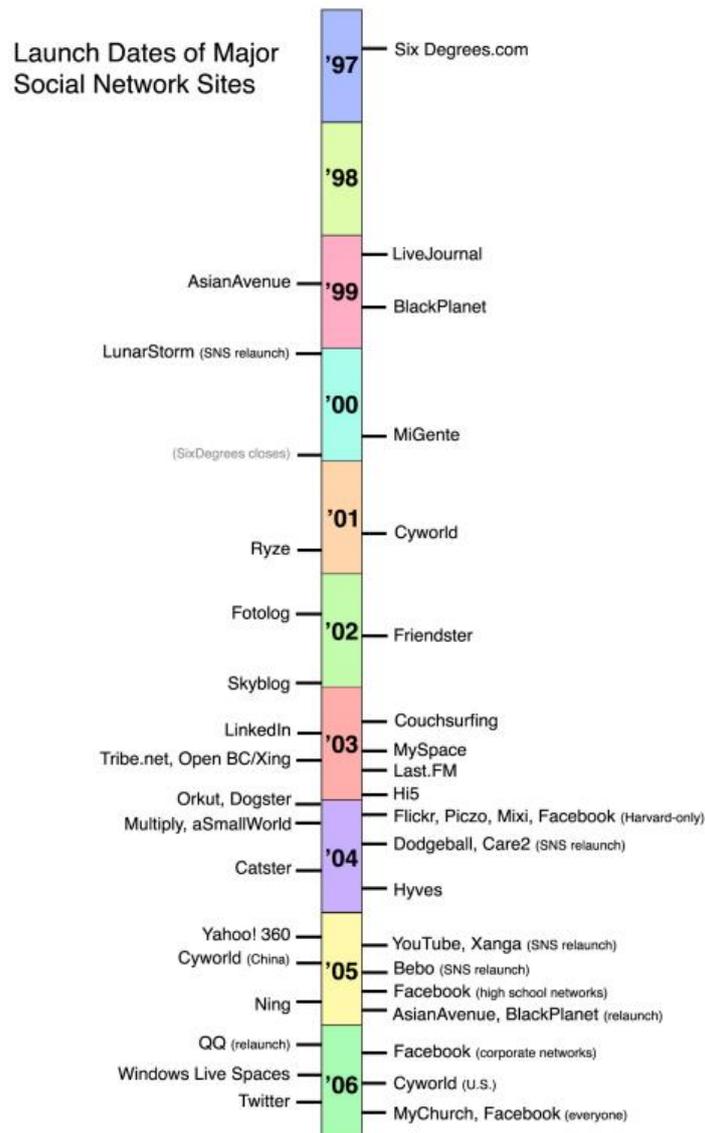


Figura 1 - Cronograma datas lançamento das principais Redes Sociais (Boyd & Ellison, 2007)

As Redes Sociais permitem aos utilizadores construir perfis, formar conexões com outros e explorar estas conexões dentro de um sistema delimitado. Desde o seu aparecimento, plataformas de Redes Sociais como MySpace, Facebook, entre outros, têm conquistado milhões de utilizadores que utilizam as mesmas nas suas rotinas diárias (Boyd & Ellison, 2007). O que torna as Redes Sociais únicas não é apenas a possibilidade de os utilizadores conhecerem desconhecidos, mas sobretudo, a capacidade de os utilizadores articularem e tornarem visíveis as suas próprias Redes Sociais.

Atualmente, as principais Redes Sociais utilizadas a nível mundial incluem o Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, WeChat e TikTok. Em Portugal, 78,5% da população está presente nas Redes Sociais, seguindo a tendência global das preferências observadas

(DataReportal, 2023). Estas plataformas respondem a uma variedade de necessidades de comunicação e partilha de conteúdo, refletindo a diversidade nas preferências dos utilizadores.

As Redes Sociais, principalmente as que foram enumeradas, contam com um largo número de utilizadores. Durante o terceiro trimestre de 2023, a Meta afirmou que aproximadamente 3,96 biliões de pessoas utilizaram pelo menos um dos principais produtos da empresa, como Facebook, WhatsApp, Instagram ou Messenger, a cada mês (Meta, 2023). Estes números não apenas refletem a crescente importância da presença digital no quotidiano, mas também enfatiza o papel central das Redes Sociais como ferramentas fundamentais para comunicação, expressão pessoal e partilha de informações.

3. Redes Sociais: Impacto Social

As Redes Sociais têm um papel crucial ao unir pessoas, proporcionando uma facilidade única na partilha de informações para diversas finalidades, desde o autodesenvolvimento até a avaliação de produtos, passando pela aprendizagem, entre outros. As mesmas respondem à profunda necessidade e desejo humano de conexão e interação social (Grover et al., 2022).

3.1. Impacto e Poder das Redes Sociais na Sociedade

Atualmente as Redes Sociais são poderosas ferramentas para alcançar rapidamente populações inteiras em apenas alguns cliques (Hansson et al., 2023). Em outubro de 2017, teve origem o movimento #MeToo que angariou uma atenção e apoio alargados nas Redes Sociais através da estratégia de sensibilização, uma tática de longa data utilizada por determinados grupos feministas para aumentar a consciencialização e impulsionar a ação.

Quando o movimento sufragista sueco ocorreu, há cem anos, foram necessários dois anos para recolher 350 000 assinaturas. Já o movimento #MeToo alcançou uma amplitude notável, com cerca de 6,5 milhões de *tweets* no final de 2017. A rapidez com que a *hashtag*² foi divulgada foi crucial para o êxito do movimento, uma vez que, à medida que as histórias eram partilhadas e interagiam entre si, modificavam o panorama das Redes Sociais durante dias, preenchendo os *feeds* das Redes Sociais com narrativas há muito tempo silenciadas (Brunner & Partlow-Lefevre, 2020).

As Redes Sociais, revitalizaram a política feminista contemporânea, proporcionando novas oportunidades para o envolvimento cívico e político e conferindo uma ampla visibilidade pública ao feminismo (Mahoney, 2022).

Portugal é, em geral, uma sociedade conservadora. Até recentemente, os movimentos feministas *online* e campanhas com *hashtags* que geraram debates sociais importantes internacionalmente, como o #MeToo, tiveram pouca expressão pública a nível nacional. No entanto, nos últimos anos, o feminismo *online* e nas Redes Sociais tem gradualmente vindo a ganhar mais visibilidade na sociedade portuguesa. Emergiu assim uma nova onda de feministas experientes e comprometidas com a justiça social, conquistando rapidamente uma posição sólida nas plataformas *online* (Caldeira & Machado, 2022).

² Uma *hashtag* é um símbolo gráfico composto pelo carácter "#" seguido por uma ou mais palavras ou frases sem espaços, que são usadas para categorizar ou marcar conteúdo em Redes Sociais.

As Redes Sociais têm um impacto significativo na sociedade, facilitando a comunicação global instantânea, proporcionando acesso rápido à informação e influenciando decisões políticas. Estas servem como plataformas para expressão individual, ativismo e criação de comunidades.

3.2. Redes Sociais como fonte de informação

A presença generalizada das Redes Sociais no quotidiano é notável, destacando-se pela capacidade dos participantes em expressar rapidamente as suas opiniões para um vasto público. Atualmente, as Redes Sociais não se limitam a ser meros canais de comunicação; transformaram-se em poderosas ferramentas para a disseminação de informações.

Assim sendo uma das funções das Redes Sociais, é a difusão de informações, incluindo conhecimento científico, notícias ou até mesmo rumores. Estas informações podem ser disseminadas pelos utilizadores da rede através de conexões naturais, seja em formato escrito, oral ou eletrónico (Zinoviev et al., 2010). Como uma forma de organização social, a informação tem o poder de moldar a opinião pública, informar e desinformar a sociedade, causar pânico, promover produtos, entre outras influências.

O dicionário da língua portuguesa descreve um *Influencer* como “*Pessoa que, através da produção e divulgação de conteúdo nas Redes Sociais, incentiva ou influencia o consumo, o estilo ou as preferências dos seus seguidores em relação ao que promove ou recomenda*” (Priberam, 2008). Embora o conceito subjacente remonte a séculos, uma vez que a capacidade de uma pessoa exercer impacto sobre os outros sempre foi uma parte fundamental da sociedade humana, o surgimento da palavra *influencer* como uma descrição específica para indivíduos que construíram uma presença significativa nas Redes Sociais tornou-se mais proeminente nos últimos anos. Este fenómeno surge do crescimento das Redes Sociais durante a última década, e tornou-se mais evidente à medida que as empresas e marcas passaram a reconhecer o valor estratégico destes criadores de conteúdo em impulsionar de forma autêntica a promoção de produtos e serviços, atingindo públicos específicos (Janssen et al., 2022).

Os *influencers* são personalidades *online* com um grande número de seguidores, em uma ou mais plataformas, que exercem influência sobre os seus seguidores (Szcurski, 2017). Ao contrário das celebridades ou figuras públicas bem conhecidas nos meios de comunicação tradicionais, os influenciadores das Redes Sociais são pessoas ditas “normais” que se tornaram “celebridades *online*” ao criar e partilhar conteúdo nas mesmas. Geralmente, têm alguma experiência em áreas específicas, como vida saudável, viagens, alimentação, estilo de vida, beleza ou moda (Özbölük & Akdoğan, 2022). Estes são indivíduos reconhecidos por um grupo de utilizadores como detentores de experiência e sabedoria, sendo considerados fontes confiáveis de informação e aconselhamento (Tomovska, 2020).

3.3. Influência da mudança de comportamentos

As Redes Sociais, ou seja, as conexões entre os indivíduos dentro de uma população, desempenham um papel vital na formação do comportamento, uma vez que os indivíduos comunicam entre si e exercem influência uns sobre os outros. Na sociedade atual, altamente dependente da tecnologia, a maioria das pessoas já ouviu falar, visitou ou são utilizadoras de uma Rede Social. As pessoas podem sentir-se ligadas e experimentar uma sensação de apoio sem a necessidade de interação presencial. A informação está disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, tornando-a extremamente acessível. É uma forma ideal de comunicação, permitindo que exista troca de informações de forma rápida e eficiente (Thomas et al., 2022).

As Redes Sociais tiveram um impacto na forma como as pessoas recebem informações e notícias. Uma consequência disso é que a necessidade de procurar informações nas Redes Sociais e entre outros utilizadores tornou-se mais premente do que nunca (Lou & Yuan, 2019). Os utilizadores utilizam cada vez mais as mesmas para se informarem e, assim, basearem as suas decisões e mudar comportamentos (Casaló et al., 2020). À medida que as Redes Sociais continuam a evoluir, tornam-se espaços dinâmicos onde os utilizadores não apenas obtêm informações, mas também participam ativamente de discussões, interagem com *influencers* e partilham suas próprias experiências. Esta interação bidirecional cria uma dinâmica única, onde a confiança nas recomendações de pares e *influencers* desempenha um papel fundamental na formação das preferências. Assim, é possível inferir que também as Redes Sociais não apenas informam, mas moldam ativamente o comportamento dos utilizadores, criando uma interconexão dinâmica entre as plataformas digitais e as escolhas individuais.

3.4. As Redes Sociais e as Gerações

Com o surgimento da globalização e o acesso à informação, as Redes Sociais passaram a ser amplamente utilizadas pelas diversas gerações. Os *Baby Boomers*, a Geração X, *Millennials* e a Geração Y coexistem atualmente no mesmo ambiente económico e social, interagindo com uma sociedade organizacional e educacional. Como resultado, estas gerações manifestam comportamentos e características distintas.

A integração da internet e das Redes Sociais no quotidiano da população, provocou uma alteração significativa na forma como comunicam, interagem e participam na sua esfera social. Entre os utilizadores de Redes Sociais, destaca-se a população pertencente à Geração *Millennial*, nascidos entre a década de 1980 e o início dos anos 2000. Estes representam a primeira geração a crescer com as novas tecnologias, tendo acesso constante à tecnologia desde a juventude e

utilizando-as mais, especialmente em comparação com as gerações mais antigas (Rondán-Cataluña et al., 2017).

Já a Geração Z (população nascida no final do século anterior e no início do século XXI), é nativa da era tecnológica digital, marcada pela proliferação de *smartphones* e Redes Sociais. São apelidados de "nativos digitais", uma vez que nasceram após a generalização da tecnologia digital no cenário ocidental (Carter, 2018). Esta geração utiliza amplamente tecnologias digitais móveis, como *smartphones* e *tablets*, em vez de portáteis ou computadores, destacando-se pela diversidade de aplicações e pela comunicação simbólica não verbal, como *emojis*³. A sua comunicação digital é mais rápida do que nas gerações anteriores, resultando em interações digitais mais proeminentes em termos de presença social. São as mais recetivas e confiantes nas informações e recomendações provenientes das Redes Sociais (Cohen Zilka, 2023); Szczurski, 2017).

Segundo (Bento et al., 2018), quando nascidas na era digital, as pessoas tendem a contribuir ativamente, partilhar e consumir conteúdo nas Redes Sociais, ao passo que a geração mais velha tem uma menor utilização destas funcionalidades e prefere Redes Sociais que facilitem a comunicação, como o Whatsapp.

³ *Emojis* são pequenas representações gráficas de expressões faciais, objetos, animais e símbolos utilizados para transmitir emoções e conceitos em comunicações digitais.

4. Cidadania Digital

Nos últimos anos, têm surgido diversas tentativas de alargar a conceção de literacia para além da sua aplicação original ao meio escrito. O termo "literacia" carrega consigo claramente um certo estatuto social, e usá-lo em ligação com outras formas de “*status inferior*”, como a televisão, ou em relação aos meios de comunicação mais contemporâneos, implica fazer uma afirmação implícita da validade destes últimos (Buckingham, 2015). Esta expansão do conceito de literacia reflete uma sociedade em constante transformação, na qual as formas de comunicação e informação evoluem. Reconhecer a validade destas não só alarga os horizontes da literacia, mas também reflete a complexidade e diversidade das fontes de informação com as quais as pessoas interagem diariamente.

4.1. Definição e importância da cidadania digital

A Literacia transcende a mera capacidade de ler, escrever e calcular. Esta engloba a capacidade de identificar, compreender, interpretar, criar, avaliar, organizar, comunicar e processar informações, utilizando materiais impressos, escritos e visuais provenientes de diversas ideias e contextos. Através da literacia, concretizam-se objetivos, desenvolvem-se potenciais e conhecimento, permitindo que os indivíduos participem ativamente no desenvolvimento da sociedade. A literacia digital compreende a competência para operar e explorar dispositivos tecnológicos e de comunicação, como *tablets*, *laptops*, *smartphones*, entre outros, com o objetivo de localizar, utilizar e partilhar informações. Esta capacidade implica a utilização eficiente da tecnologia digital, dispositivos de comunicação e redes no contexto digital, desempenhando um papel fundamental para um funcionamento eficaz numa sociedade centrada no conhecimento (Fardiah et al., 2023).

A literacia digital vai muito além de uma simples questão funcional de aprender a utilizar um computador e um teclado, ou de realizar pesquisas *online*. É essencial saber avaliar e utilizar a informação de forma crítica para convertê-la em conhecimento. Isso implica questionar as fontes dessa informação e examinar como esta retrata o mundo, compreendendo suas interações com forças sociais, políticas e económicas mais abrangentes (Buckingham, 2015).

4.2. Literacia Digital para Mulheres

A literacia digital capacita a população a utilizar a tecnologia para se conectar com o mundo, possibilitando o uso de diversas ferramentas digitais para partilhar pensamentos, criar ideias e recolher e comunicar conhecimentos.

As mulheres enfrentam uma maior vulnerabilidade no ambiente digital, manifestadas através de fraudes *online*, assédio sexual, violência sexual, exposição a informações enganosas e discursos de ódio (Jankowicz et al., 2021). São necessários esforços para combater a desinformação e desenvolver a literacia digital, de forma a capacitar as mesmas de competências necessárias para interpretar de forma crítica os conteúdos *online*. Acesso à informação não é o mesmo que acesso ao conhecimento. Num mundo digital, em que muitos temos acesso à internet e ao seu conteúdo, é essencial saber selecionar informação, aquelas que são verdadeiras e relevantes, permitindo que se forme uma opinião informada e se tome decisões esclarecidas (A. Santos & Serpa, 2017). Assim como todos os meios de comunicação, os meios digitais não apenas refletem, mas também representam o mundo. Estes apresentam interpretações e seleções específicas da realidade, incorporando inevitavelmente valores e ideologias implícitos.

Os utilizadores, quando esclarecidos, ao “navegarem” nas Redes Sociais são capazes de avaliar o conteúdo que encontram, analisar motivações e comparar com outras fontes, incluindo a sua própria experiência. Isto implica abordar questões relacionadas com autoridade, fiabilidade e preconceito, e envolve compreender quem está a comunicar, com quem e porquê (Buckingham, 2015).

A literacia digital para as mulheres representa um passo crucial na quebra das desigualdades históricas. A desigualdade digital de género transcende a mera dimensão tecnológica, configurando-se como um desafio de natureza económica, social e cultural. Para enfrentar eficazmente esta desigualdade nas suas raízes mais profundas, é crucial implementar políticas abrangentes em diferentes níveis, abordando de forma global as complexas questões sociais e culturais subjacentes (Davaki, 2018).

4.3. O Papel das Mulheres na Era Digital

O silêncio desempenha papéis variados, desde atos de resistência até manifestações de poder hierárquico em diferentes sociedades. A quebra do silêncio assinala o momento em que aquilo que estava suprimido emerge, com histórias previamente ocultas, sendo reveladas nos espaços públicos para serem discutidas, documentadas e partilhadas. O silenciamento das mulheres,

manifestado por exclusão política, social, cultural, legal, marginalização ou violência, é uma característica duradoura do patriarcado presente em todas as sociedades, independentemente de ideologia, época ou localização (Gewertz, 1988).

O campo da tecnologia é profundamente marcado por desigualdades de gênero. Frequentemente vinculada à ciência, engenharia e matemática, a tecnologia é associada ao homem, especialmente na sociedade ocidental contemporânea (Bray, 2007). Apesar do reconhecimento histórico da exclusão das mulheres a marginalização mantém-se. Em muitas sociedades, as meninas e mulheres ainda enfrentam obstáculos para obter literacia básica, competências linguísticas e, ainda mais significativamente, competências em informática, devido às estruturas, instituições e culturas patriarcais (UNESCO, 2020).

A digitalização tem o potencial de gerar novos cenários e instrumentos para o ativismo político, estimulando a diversidade por meio do diálogo e abrindo espaço para reconfigurar a negociação e redistribuição de poder. A anonimidade proporcionada pelos meios digitais apresenta a oportunidade de desafiar as disparidades de gênero, impulsionando transformações nas relações de gênero e fortalecendo ainda mais o papel das mulheres. Em um mundo em constante digitalização, as implicações da exclusão do acesso e utilização das tecnologias levantam preocupações. A exclusão deixa muitas mulheres em desvantagem em comparação com os homens, privando-as da plena capacidade de exercerem os seus direitos humanos e de usufruírem da tecnologia em igualdade de condições (Arimatsu, 2019).

As mulheres que têm conseguido amplificar suas vozes de forma mais eficaz através de plataformas digitais, sejam estas defensoras dos direitos humanos, ocupantes ou candidatas a cargos públicos, jornalistas ou *influencers*, têm sido alvo de ataques específicos. Em outras palavras, as mulheres são visadas não apenas pelo que representam, mas com base no poder e influência que exercem no mundo digital (UN Human Rights Council, 2018).

Embora historicamente, as mulheres tenham sido associadas ao consumo da informação partilhada nos meios digitais mais do que à produção (Kanai & Dobson, 2016), as Redes Sociais, com interfaces *userfriendly* e extensamente incorporadas ao quotidiano, simplificaram e democratizaram os processos de criação, edição e distribuição visual.

As Redes Sociais são frequentemente reconhecidas pelo potencial de disseminar perspectivas feministas, promover discursos públicos sobre questões de gênero e opressão sexista. Um número cada vez maior de pessoas utiliza regularmente a internet de forma informal com objetivos declaradamente feministas, como compartilha as suas vivências como mulheres e promove a conscientização sobre as desigualdades de gênero (Baer, 2016). A ascensão da Internet, especialmente da *Web 2.0*, impulsionou um aumento no ativismo feminista digital. Para além das organizações formais, os utilizadores utilizam o espaço digital para expressar a máxima "o pessoal

é político"⁴ do movimento das mulheres, envolvendo-se em ativismo de *hashtag* e compartilhando experiências *online* (Pruchniewska, 2018).

⁴ A expressão "o pessoal é político" trata-se de um argumento político utilizado como slogan nas reuniões do movimento estudantil e durante a segunda onda do feminismo no final dos anos 1960. Resume a ideia de que as experiências individuais têm implicações políticas e sociais mais vastas, realçando a interligação entre o pessoal e o político no âmbito do movimento feminista. Destaca a importância de reconhecer as questões pessoais como componentes essenciais do ativismo político e social.

Parte II - Investigação

5. Estudo Inferencial

5.1. Introdução ao estudo inferencial

A presente investigação foi desenvolvida visando atingir os objetivos propostos, estruturando-se em duas fases distintas. A primeira fase consistiu na revisão de literatura para estabelecer o enquadramento teórico necessário, contextualizando o estudo no cenário atual e avaliando a sua relevância. Para tal foi feita uma procura de artigos científicos, relatórios e publicações relacionadas com os temas e subtemas propostos, recorrendo a plataformas como o Mendeley, ScienceDirect e o Google Académico.

A segunda fase desta investigação consistiu no desenho de um questionário e a sua implementação para a recolha de dados. Têm-se em conta os objetivos desenhados, procurando-se entender quais os fatores que influenciam a perceção sobre o papel das Redes Sociais no esclarecimento dos direitos das mulheres. Os métodos da estatística inferencial, permitem-nos, a partir da amostra selecionada, fazer estimativas para a população em estudo. Neste processo, a amostra representa as observações diretas, enquanto a população estimada é o valor inferido sem observação direta (Markulin et al., 2024).

5.2. Objetivos

Tendo em consideração a revisão da literatura realizada, traçamos os seguintes objetivos:

- Avaliar o grau de utilização das Redes Sociais mais conhecidas;
- Comparar o grau de utilização das Redes Sociais entre géneros;
- Avaliar se as Redes Sociais são consideradas como um meio credível ou válido para esclarecimento dos direitos das mulheres;
- Averiguar em que áreas ou temas relativos aos direitos das mulheres, se considera que as Redes Sociais têm informação esclarecedora disponível;
- Verificar a perceção quanto à eficácia dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os direitos das mulheres;
- Comparar as perceções encontradas entre géneros (masculino e feminino);
- Avaliar como as Redes Sociais são utilizadas como ferramentas para promover a cidadania digital e a participação cívica.

5.3. Metodologia

O paradigma deste estudo é fundamentado numa abordagem metodológica quantitativa, que se destaca pela objetividade e é particularmente adequado quando é possível recolher medidas quantificáveis de variáveis e inferências a partir de amostras representativas de uma população. Este tipo de pesquisa adota procedimentos estruturados e instrumentos formais para a recolha de dados, que são realizados de forma objetiva e sistemática (Queirós et al., 2017).

Com base nos objetivos definidos e na revisão da literatura, foi desenvolvido um questionário disponibilizado *online*, através do Google Forms. Esta ferramenta é um sistema utilizado para recolher informações válidas de ou sobre pessoas que permite descrever, comparar ou explicar os seus conhecimentos, atitudes e comportamentos (Fink, 2009).

5.4. Participantes – Amostra

O universo em estudo corresponde à população portuguesa com mais de 18 anos, constituída por quase 9 milhões de indivíduos (8 964 116 em 2023), conforme dados do INE (INE, 2024). Através do método de Krejcie e Morgan (1970) determinou-se o tamanho ideal da amostra, aplicando a fórmula proposta por estes autores:

$$n = \frac{X^2 NP(1 - P)}{d^2(N - 1) + X^2 P(1 - P)}$$

Os parâmetros utilizados foram os seguintes: Número de amostra (N = 8 964 116); Nível de confiança para α igual a 0,05 (X = 1,96); Margem de erro de 5% (d = 0,05).

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 8964116 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2(8964116 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}$$

Conclui-se que, para este estudo, a amostra deve ser composta por 385 indivíduos (n=385).

5.5. Instrumento – Questionário

A apresentação do questionário aos respondentes, especifica os objetivos do projeto em desenvolvimento, informações relativas ao anonimato das respostas recolhidas bem como o consentimento informado do inquirido.

Quanto ao primeiro grupo de questões, respeitantes ao perfil do inquirido, foram incluídas questões sobre a idade, género, orientação sexual, grau de escolaridade atingido e a existência ou não de filhos. O segundo grupo consistia em 21 questões cujo tipo de respostas correspondem à metodologia constante na escala de Likert - escala entre 1 a 5, em que o valor inferior corresponde a 1 (Nunca; Discordo Totalmente) e o valor superior corresponde a 5 (Muito frequentemente, Concordo Totalmente). Desta forma, é possível estabelecer diversas conexões entre as variáveis propostas (Apêndice A).

A construção deste questionário foi baseada em estudos utilizados na revisão de literatura e nos objetivos propostos (Apêndice B).

De forma a garantir que as questões incluídas no questionário seriam perceptíveis e compreensíveis pelos respondentes, foi efetuado um pré-teste que consistiu no preenchimento do questionário por quinze pessoas, tendo sido solicitado que enumerassem quaisquer dúvidas relativas à interpretação e compreensão das questões. A partir desta fase construiu-se a versão final disponibilizada na ferramenta Google Forms.

O questionário foi disponibilizado na plataforma durante duas semanas, entre o dia 13/05/2024 e o dia 27/05/2024. A distribuição do questionário foi feita por meio de partilhas nas Redes Sociais, designadamente o Instagram, o Facebook e o WhatsApp. Na Rede Social Facebook, o questionário foi também partilhado em grupos fechados. O questionário foi distribuído via e-mail para instituições previamente selecionadas. Tratando-se de uma amostra de conveniência, foi também pedido a alguns participantes que partilhassem o questionário com a sua rede de contactos de forma a conseguir um maior número de respostas. A amostra de conveniência (também designada como amostragem aleatória ou amostragem acidental) é uma abordagem não probabilística ou não aleatória, onde indivíduos da população-alvo, selecionados com base em critérios práticos, como acessibilidade facilitada, proximidade geográfica, disponibilidade no momento específico ou disposição para participar, são incluídos para fins de estudo (Etikan, 2016).

5.6. Procedimento e tratamento de dados

Serão utilizados procedimentos estatísticos para o tratamento e análise dos dados recolhidos. As respostas ao questionário *online* foram recolhidas diretamente para uma base de dados em formato Excel. O tratamento estatístico dos dados foi efetuado através da ferramenta de análise de dados IBM SPSS Statistics v.29. O SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) é um *software* estatístico amplamente utilizado para a análise de dados. Originalmente desenvolvido pela IBM, o SPSS é projetado para realizar uma variedade de tarefas analíticas, incluindo gestão de dados, análises estatísticas avançadas, análises multivariadas, entre outros (Chinnasami S et al., 2023)

Os dados apenas se tornam informação útil quando são analisados e a informação é processada, analisada e interpretada (Vaughan et al., 2021). Para proceder ao tratamento de dados e compreender os resultados obtidos, numa primeira instância, recorreu-se à estatística descritiva para caracterizar a amostra e examinar todas as questões de forma detalhada, organizando os dados em categorias, o que permite uma visão geral das tendências e padrões. Numa segunda interação, realizou-se uma análise quantitativa das frequências das respostas e, foram feitas correlações entre variáveis para um maior aprofundamento do estudo e suporte aos objetivos do mesmo, com o intuito de compreender as perceções sobre o papel das Redes Sociais no esclarecimento dos Direitos das Mulheres.

Para identificar as principais dimensões relacionadas com as perceções sobre o papel das Redes Sociais no esclarecimento dos direitos das mulheres, foram realizadas Análises de Componentes Principais (ACP). Esta análise permitiu agrupar variáveis em três dimensões: Igualdade Económica e Laboral, Saúde e Educação, e Violência e Abuso. Posteriormente, realizaram-se análises de variância (ANOVA) para verificar se existiam diferenças estatisticamente significativas entre os géneros nas três dimensões identificadas.

Uma das técnicas mais utilizadas para testar a fiabilidade da consistência interna é o Alfa de Cronbach (Kennedy, 2022). Este índice varia entre 0 e 1, sendo que valores acima de 0,7 são considerados bons. No presente estudo, o Alfa de Cronbach obtido foi de 0,906 para 14 itens, indicando uma excelente consistência interna dos dados recolhidos.

5.7. Resultados

A amostra deste estudo foi obtida através de um questionário *online* e é constituída por 551 indivíduos. Foram consideradas válidas 529 respostas (N = 529). Os critérios de validação adotados incluíram a verificação da nacionalidade, sendo aceites apenas as respostas de indivíduos que declararam ter nacionalidade portuguesa na pergunta correspondente.

A média de idades da amostra é de 42,2 anos, variando entre um mínimo de 18 e um máximo de 88 anos (Figura 2). No que diz respeito à distribuição dos participantes por género, 71,27% são do género feminino e 28,73% são do género masculino (Figura 3). Relativamente à orientação sexual dos participantes 87,71% identificou-se como heterossexual, 5,86% como homossexual e 3,40% como bissexual (Figura 4). É ainda observável que 52,93% dos participantes indicaram não ter filhos enquanto 47,07% afirmou ter (Figura 6). Relativamente ao nível de escolaridade dos participantes, segundo o último grau de ensino concluído verifica-se que a maioria ingressou no ensino superior uma vez que 41,59% têm o grau de licenciatura, 27,79%, o mestrado e 16,45% o doutoramento. Já em menor número, 13,61% dos inquiridos possui o ensino secundário e apenas três respondentes concluíram o 3º ciclo (9º ano) (0,57%) (Figura 5).

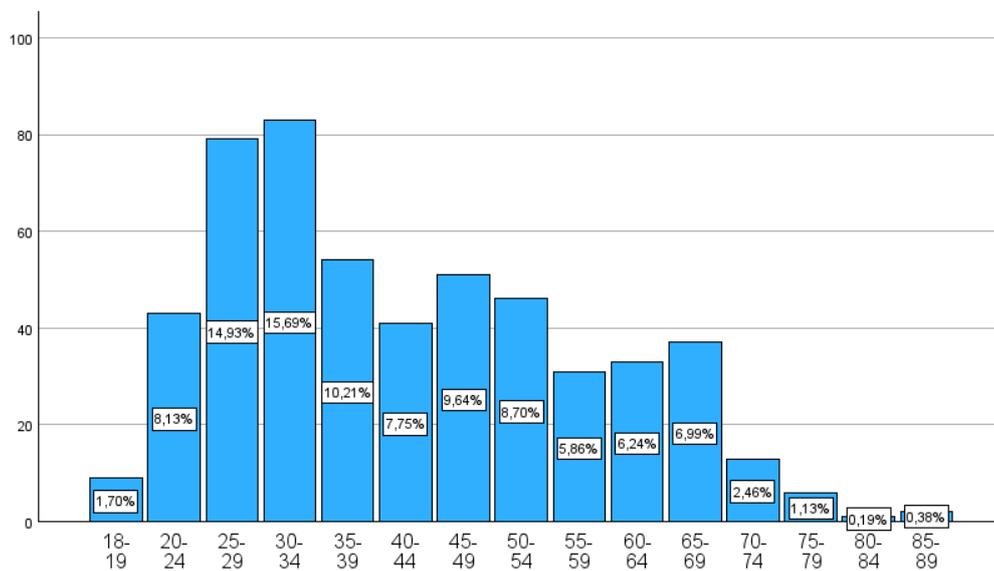


Figura 2 - Idade Inquiridos

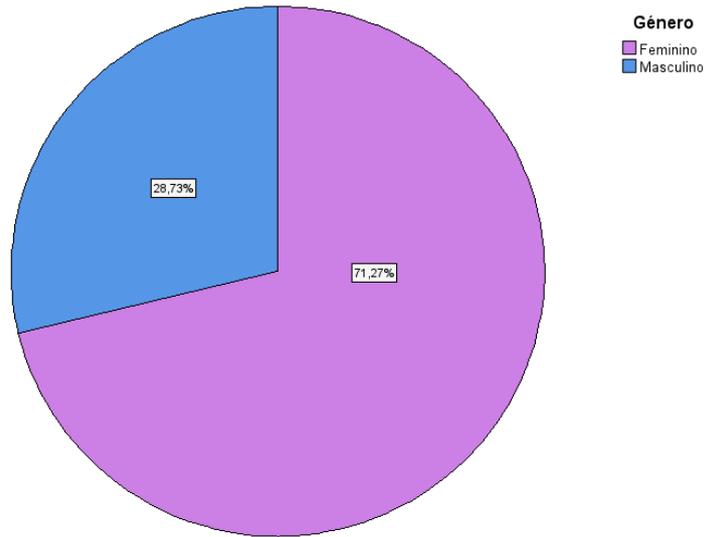


Figura 3 - Género Inquiridos

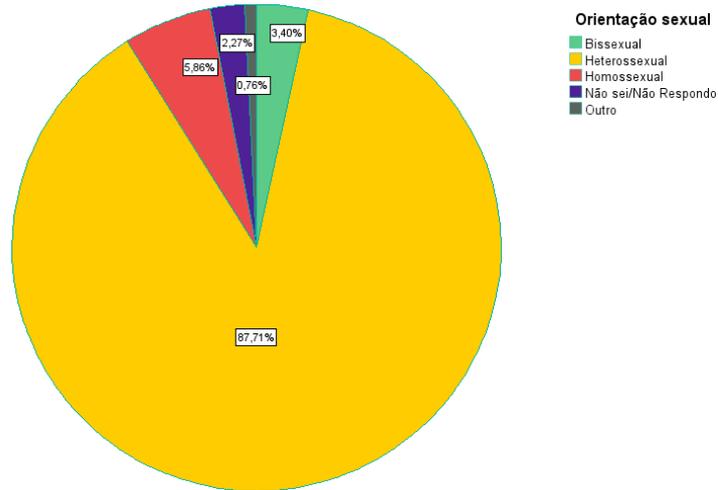


Figura 4 - Orientação Sexual Inquiridos

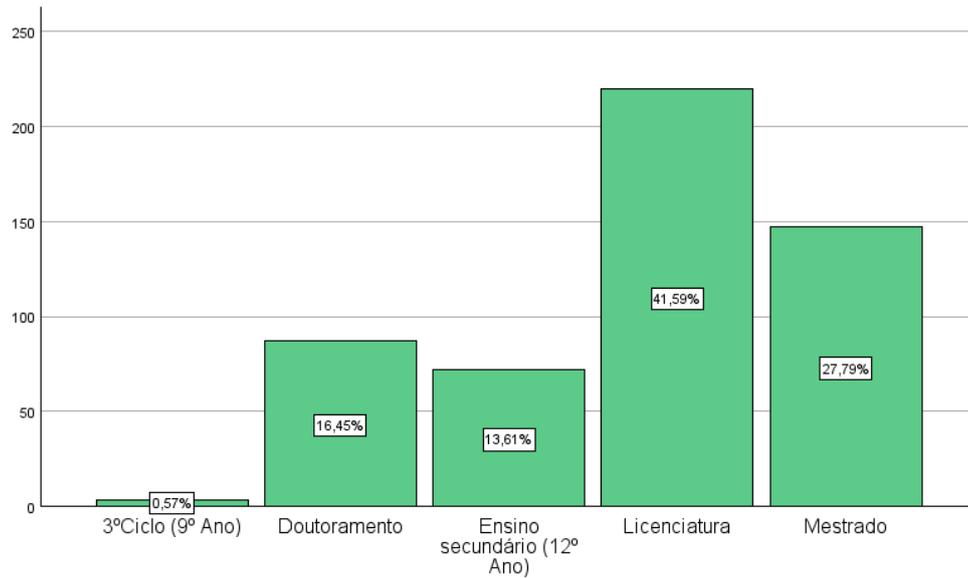


Figura 5 - Nível Escolaridade Inquiridos

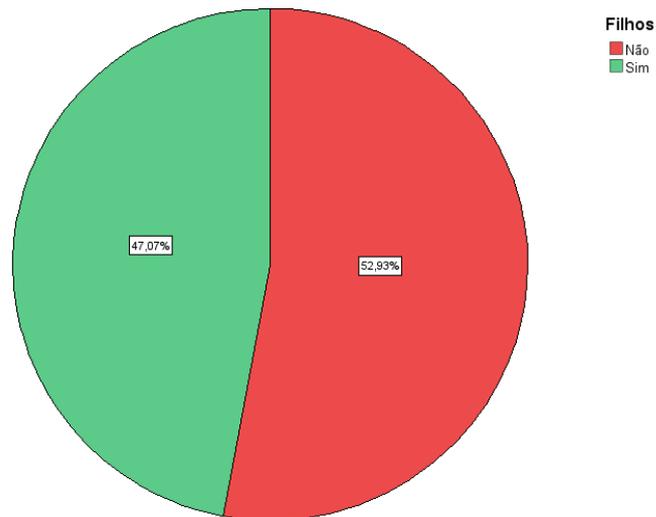


Figura 6 – Existência ou não de filhos entre os inquiridos

De forma a identificar o grau de utilização das Redes Sociais mais conhecidas, os participantes foram questionados sobre o número médio de horas semanais dedicadas à internet. Por semana, a maioria dos inquiridos despende na utilização da internet entre 1-5 horas (28.2%) seguindo-se os utilizadores com 6-10 horas (25%). É relevante que 24% estejam mais de 20 horas por semana conectados à internet (Figura 7).

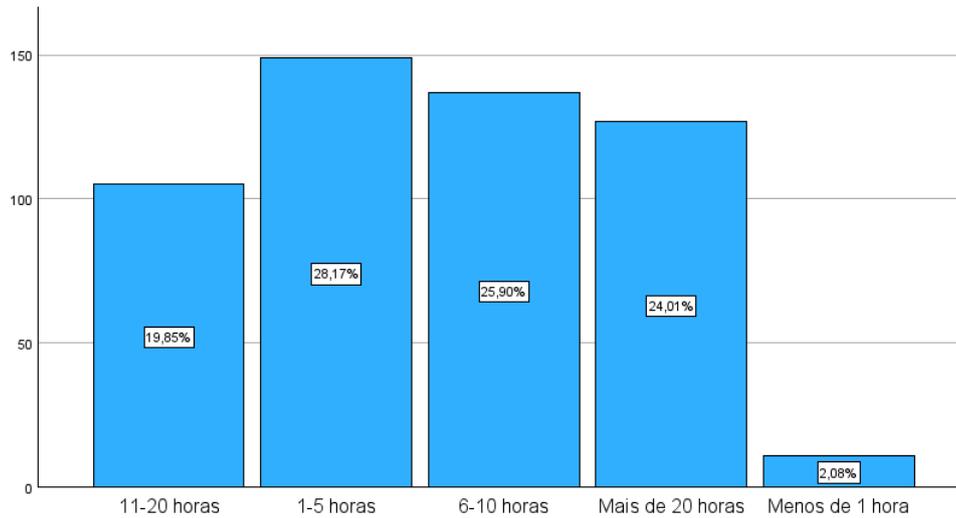


Figura 7 – Utilização semanal da internet

Quanto as Redes Sociais utilizadas com uma frequência superior a uma vez por semana, foram identificadas o Instagram (65%), o Facebook (45.6%) e o YouTube (44%) (cf. Figura 8, no Apêndice C).

Tabela 1 - Redes Sociais mais utilizadas

	Nunca	Ocasionalmente	Mensalmente	1 vez semana	> 1 vez semana
Facebook	15,1%	0,0%	31,8%	7,6%	45,6%
Instagram	17,8%	0,0%	12,7%	4,5%	65,0%
TikTok	66,5%	0,0%	14,0%	2,8%	16,6%
Twitter	66,9%	0,0%	14,7%	4,2%	14,2%
YouTube	7,6%	0,0%	33,5%	14,9%	44,0%
Reddit	73,9%	0,0%	14,7%	4,2%	7,2%

Nota: A cor cinza realça as respostas mais frequentes (Moda).

Encontrámos as seguintes diferenças significativas na frequência de utilização das Redes Sociais em função do género dos inquiridos:

Tabela 2 - Género e frequência de utilização das Redes Sociais

	Feminino		Masculino		Sig.
	M	DP	M	DP	
Facebook	3,72	1,44	3,61	1,39	.274
Instagram	4,13	1,48	3,65	1,64	.001***
TikTok	2,01	1,53	2,07	1,62	.878
Twitter	1,80	1,39	2,44	1,68	.001**
YouTube	3,78	1,23	4,13	1,10	.002**
Reddit	1,47	1,03	2,30	1,59	.001**

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

Entre os resultados relevantes, nota-se que o género masculino utiliza o Instagram com menor frequência do que o género feminino, enquanto revelam uma maior atividade no Twitter, YouTube e Reddit em comparação com o género feminino. Estas diferenças são estatisticamente significativas, como indicado pelos valores de p de 0,001 para Instagram, Twitter e Reddit, e 0,002 para YouTube. Por outro lado, não foram encontradas diferenças significativas na frequência de utilização do Facebook e TikTok entre os géneros, com valores de p de 0,274 e 0,878, respetivamente.

No que diz respeito à finalidade da utilização das Redes Sociais por parte dos inquiridos, foi pedido que avaliassem tal numa escala de 1 (Nunca) a 5 (Muito frequentemente). Os inquiridos afirmaram utilizar as Redes Sociais preferencialmente para Entretenimento (45.2%), conexão com amigos/família (43.1%) e para seguir notícias (38.2%) (cf. Figura 9, no Apêndice C).

Tabela 3 – Finalidades da utilização das Redes Sociais

	1	2	3	4	5
Conectar-me com amigos/família	6,4%	8,5%	15,3%	26,7%	43,1%
Partilha de conteúdo pessoal	16,4%	25,7%	27,0%	16,1%	14,7%
Seguir notícias	5,3%	5,9%	18,3%	32,3%	38,2%
Participar em grupos/comunidades	11,3%	21,9%	23,8%	22,3%	20,6%
Procura de informações	5,7%	11,0%	16,1%	29,9%	37,4%
Entretenimento	3,4%	6,8%	14,2%	30,4%	45,2%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

Na Tabela 6, estão evidenciados os resultados das perguntas que dizem respeito à participação em iniciativas cívicas ou de ativismo nas Rede Sociais, partilha de conteúdos sobre questões sociais, procura de informação sobre os Direitos das Mulheres e “seguir contas” relacionadas com os Direitos das Mulheres nas Redes Sociais (cf. Figura 10, 11,12, 13, no Apêndice C).

Tabela 4 - Utilização Redes Sociais

	1	2	3	4	5
Participei em iniciativas cívicas ou de ativismo nas Redes Sociais	23,1%	10,2%	24,2%	21,9%	20,6%
Partilhei conteúdos sobre questões sociais nas Redes Sociais	22,1%	9,3%	20,2%	21,2%	27,2%
Procurei informação sobre os Direitos das Mulheres nas Redes Sociais	26,8%	16,6%	19,5%	20,8%	16,3%
Nas Redes Sociais sigo contas relacionadas com os Direitos das Mulheres	29,3%	15,9%	16,4%	17,0%	21,4%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

É possível verificar que 16,3% dos inquiridos relataram já ter procurado informações relacionadas com os direitos das mulheres, alinhando-se assim com os números gerais de uso das Redes Sociais para obter informação.

Também observamos que 27,2% dos inquiridos afirmaram já ter partilhado conteúdos sobre questões sociais nas Redes Sociais.

Tabela 5 - Sigo contas nas Redes Sociais relacionadas aos Direitos das Mulheres (entre géneros)

Sigo contas nas Redes Sociais relacionadas aos Direitos das Mulheres	Feminino		Masculino		Sig.
	M	DP	M	DP	
	3,06	1,50	2,33	1,49	

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

A diferença entre os géneros é estatisticamente significativa (Sig. = 0,001***), indicando que o género feminino tende a seguir estas contas com maior frequência do que o género masculino.

Tabela 6 - Seguir contas relacionadas com direitos das mulheres (Orientação sexual)

	Bissexual		Heterossexual		Homossexual		Sig.
	M	DP	M	DP	M	DP	
Sigo contas nas Redes Sociais relacionadas aos Direitos das Mulheres	3,83	1,42	2,73	1,50	4,00	1,24	.001***

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

As contas relacionadas com os Direitos das Mulheres são significativamente mais seguidas por bissexuais e homossexuais do que por heterossexuais.

A análise da tabela 7 permite compreender a motivação para seguir Redes Sociais (Concordo e Concordo totalmente), sendo que a “Preocupação com a igualdade de género e justiça social” (64%) é que mais vezes foi referida, seguida do “Interesse pessoal na causa dos Direitos das Mulheres” (58.2%) e da “Procura de informações e aprendizagem sobre os Direitos das Mulheres” (58%) (cf. Figura 14, no Apêndice C).

Tabela 7 - Motivação seguir contas relacionadas direitos das mulheres

	1	2	3	4	5
Interesse pessoal na causa dos Direitos das Mulheres	13,6%	6,4%	21,7%	30,8%	27,4%
Recomendação de amigos, familiares ou colegas	18,5%	11,5%	31,2%	29,7%	9,1%
Influência de figuras públicas ou celebridades	26,7%	15,9%	28,7%	23,1%	5,7%
Preocupação com a igualdade de género e justiça social	12,9%	5,7%	17,4%	30,2%	33,8%
Procura de informações e aprendizagem sobre os Direitos das Mulheres	14,2%	6,4%	21,4%	32,1%	25,9%
Entretenimento	16,8%	10,2%	30,8%	26,8%	15,3%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

Quando inquiridos sobre quais as áreas ou temas que procuram sobre os Direitos das Mulheres a maioria concorda (concordo e concordo totalmente) que o faz mais nas áreas da Desigualdade salarial (59.5%), Direito laboral (54.2%) e Acesso à educação (54.2%) (cf. Figura 15, no Apêndice C).

Tabela 8 - Áreas/Temas que mais procuram

	1	2	3	4	5
Interrupção voluntária da gravidez/Aborto	24,0%	10,6%	28,7%	28,5%	8,1%
Planeamento Familiar/educação sexual	21,9%	9,3%	28,9%	29,5%	10,4%
Violência Psicológica e Física	18,1%	7,0%	25,3%	33,6%	15,9%
Violência e abuso sexual	19,7%	7,9%	25,9%	33,6%	12,9%
Violência obstétrica	22,7%	11,5%	30,2%	24,8%	10,8%
Desigualdade salarial	17,8%	3,8%	18,9%	37,6%	21,9%
Libertação sexual: empoderamento	21,7%	5,5%	26,3%	27,0%	19,5%
Acesso à educação	17,6%	6,2%	21,9%	32,3%	21,9%
Direito laboral	16,8%	5,1%	20,4%	35,2%	22,5%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

A diferença na procura de informações relacionadas com a violência obstétrica em função de ter ou não filhos não é estatisticamente significativa.

Tabela 9 - Ter filhos e violência obstétrica

	Não		Sim		Sig.
	M	DP	M	DP	
Violência obstétrica	2,87	1,23	2,92	1,37	.532

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

Neste âmbito recorreremos à realização de uma ACP ($KMO = 0.884$). Após a rotação varimax com normalização de Kaiser, foram identificadas três dimensões principais (cf. Tabela 10).

Tabela 10 - ACP | Áreas/Temas que mais procuram

	Igualdade Económica e Laboral	Saúde e Educação	Violência e Abuso
Direito Laboral	0.859	0.330	0.262
Desigualdade Salarial	0.771	0.316	0.418
Educação	0.822	0.301	0.347
Libertação Sexual: Empoderamento	0.605	0.449	0.444
Aborto	0.279	0.834	0.326
Planeamento Familiar/Educação Sexual	0.372	0.818	0.273
Violência Obstétrica	0.393	0.580	0.500
Violência e Abuso Sexual	0.379	0.373	0.814
Violência Psicológica e Física	0.410	0.344	0.806
Valor próprio (λ)	6.712	0.647	0.463
% de variância explicada	33.95	27.35	25.60
% variância acumulada	33.95	61.30	86.90
Alfa de Cronbach (α)	0.916	0.917	0.952

ACP: Matriz fatorial após uma rotação varimax, com normalização kaiser, convergente em 5 iterações medida $KMO = 0.884$; teste de Bartlett= 1021.658; significância= 0.000

A primeira dimensão, Igualdade Económica e Laboral (33.95% de variância explicada, $\alpha = 0.916$), abrange questões como o direito laboral e a desigualdade salarial, sendo representada por dois itens com as cargas fatoriais mais elevadas.

A segunda dimensão, Saúde e Educação (27.35% de variância explicada, $\alpha = 0.917$), inclui variáveis como educação, planeamento familiar, violência obstétrica e libertação sexual: empoderamento. Embora as variáveis educação e libertação sexual: empoderamento tenham inicialmente apresentado uma carga fatorial mais elevada no Componente 1, foram movidas para esta dimensão devido à sua relevância temática para os direitos de saúde e reprodutivos das mulheres.

A terceira dimensão, Violência e Abuso (25.60% de variância explicada, $\alpha = 0.952$), inclui as variável violência psicológica e física e violência e abuso sexual.

No total, as três dimensões explicam 86.90% da variância acumulada, cobrindo a maioria das perceções sobre o impacto das Redes Sociais no esclarecimento dos direitos das mulheres.

Para verificar a influência do género nas dimensões obtidas através das ACPs, foram realizadas análises de variância univariada (ANOVA) (cf. Tabela 31, no Apêndice D).

Os resultados da ANOVA evidenciaram diferenças significativas entre os gêneros nas três dimensões analisadas. Na dimensão Igualdade Económica e Laboral, o género feminino teve uma média significativamente superior ($M = 3.566$) em relação ao género masculino ($M = 3.049$), $F(1, 528) = 17.819$, $p < 0.001$. Na dimensão Saúde e Educação, o género feminino também apresentara médias superiores ($M = 3.158$) comparativamente ao género masculino ($M = 2.780$), $F(1, 528) = 11.847$, $p < 0.001$. Por último, na dimensão Violência e Abuso, o género feminino teve uma média de 3.296, enquanto o género masculino apresenta 2.862, com uma diferença significativa confirmada por $F(1, 528) = 12.752$, $p < 0.001$.

A maioria concorda (concordo e concordo totalmente) que os temas relacionados com os Direitos das Mulheres que têm mais visibilidade ou que são mais amplamente discutidos nas Redes Sociais são a Violência Psicológica e Física (71.1%), a Violência e abuso sexual (69.8%) e a Interrupção voluntária da gravidez/Aborto (60.3%) (cf. Figura 16, no Apêndice C).

Tabela 11 - Visibilidade Temas/Áreas dos direitos das mulheres

	1	2	3	4	5
Interrupção voluntária da gravidez/Aborto	7,2%	9,8%	22,7%	32,5%	27,8%
Planeamento Familiar/educação sexual	9,3%	17,6%	31,0%	27,4%	14,7%
Violência Psicológica e Física	3,8%	5,3%	19,8%	39,5%	31,6%
Violência e abuso sexual	4,2%	5,3%	20,8%	38,2%	31,6%
Violência obstétrica	11,5%	19,8%	32,7%	24,8%	11,2%
Desigualdade salarial	4,7%	7,4%	23,6%	38,0%	26,3%
Libertação sexual: empoderamento	7,4%	8,5%	27,0%	34,2%	22,9%
Acesso à educação	8,7%	13,0%	36,3%	28,0%	14,0%
Direito laboral	6,2%	9,1%	31,4%	35,3%	18,0%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

A diferença no nível de concordância de que a violência obstétrica é dos temas com mais visibilidade ou que são mais amplamente discutidos nas Redes Sociais não difere significativamente em função de ter ou não filhos.

Tabela 12 - Ter filhos e violência obstétrica (Tema amplamente discutido)

	Não		Sim		Sig.
	M	DP	M	DP	
Violência obstétrica	3,04	1,16	3,04	1,17	.891

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

Foi realizada uma ACP com os itens da questão quinze (cf. Tabela 13), a partir da qual foram identificadas três dimensões principais: Igualdade Económica e Laboral (57.53% de variância explicada, $\alpha = 0.752$), Saúde e Educação (28.77% de variância explicada, $\alpha = 0.790$) e Violência e Abuso (13.70% de variância explicada, $\alpha = 0.905$), cobrindo 100% da variância total. As análises de variância univariada (ANOVA) indicaram que não houve diferenças estatisticamente significativas entre géneros nas três dimensões, com médias muito próximas em todos os casos, o que sugere perceções semelhantes entre homens e mulheres (cf. Tabela 32, no apêndice D) . Em suma, embora se observem algumas variações nas médias, não foram encontradas evidências estatísticas que confirmem diferenças significativas nas perceções de igualdade económica, saúde e educação, e violência e abuso entre os géneros.

Tabela 13 - ACP | Visibilidade Temas/Áreas dos direitos das mulheres

	Igualdade Económica e Laboral	Saúde e Educação	Violência e Abuso
Direito Laboral	0,823	0,214	0,193
Desigualdade Salarial	0,811	0,039	0,321
Educação	0,668	0,482	0,092
Liberação Sexual: Empoderamento	0,556	0,392	0,289
Aborto	0,238	0,885	0,15
Planeamento Familiar/educação Sexual	0,291	0,85	0,143
Violência Obstétrica	-0,027	0,633	0,591
Violência e Abuso Sexual	0,304	0,149	0,845
Violência Psicológica e Física	0,421	0,159	0,622
Valor próprio (λ)	4.5	2.1	1.2
% de variância explicada	57.53	28.77	13.70
% variância acumulada	57.53	86.30	100.00
Alfa de Cronbach (α)	0,752	0,79	0,905

ACP: Matriz fatorial após uma rotação varimax, com normalização kaiser, convergente em 7 iterações medida KMO= 0.791; teste de Bartlett= 913.221; significância= 0.000

Na opinião dos inquiridos as Redes Sociais que fornecem informações mais esclarecedoras sobre os Direitos das Mulheres são o Instagram (47.1%) e YouTube (33.3%) (cf. Figura 17, no Apêndice C).

Tabela 14 - Redes Sociais mais esclarecedoras nos direitos das mulheres

	1	2	3	4	5
Facebook	15,5%	12,7%	44,4%	21,7%	5,7%
Instagram	8,7%	5,7%	38,6%	30,8%	16,3%
TikTok	19,1%	9,1%	56,1%	8,9%	6,8%
Twitter	15,1%	7,6%	54,4%	15,5%	7,4%
YouTube	11,0%	8,7%	47,1%	24,8%	8,5%
Reddit	18,5%	6,6%	63,1%	8,7%	3,0%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

Uma percentagem elevada considera como positiva a influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres (33.1%), embora idêntica percentagem não tenha opinião sobre o assunto (cf. Figura 18, no Apêndice C).

Tabela 15 - Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais

	N	%
1 – Muito negativo	12	2,3
2 - Negativo	37	7,0
3 - Neutro	175	33,1
4 - Positivo	176	33,3
5 – Muito positivo	129	24,4

O género feminino considera mais positivo do que o género masculino a influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres, embora a diferença não seja estatisticamente significativa, $MU = 26989.0$, $p = .274$.

Tabela 16 - Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres (Género)

	Feminino		Masculino		Sig.
	M	DP	M	DP	
Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres	3,74	,97	3,62	1,03	.274

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

Os inquiridos com orientação homossexual consideram mais positivo do que os com orientação heterossexual a influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres, sendo a diferença estatisticamente significativa.

Tabela 17 - Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres (Orientação Sexual)

	Bissexual		Heterossexual		Homossexual		Sig.
	M	DP	M	DP	M	DP	
Influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres	4,11	,76	3,66	,96	4,19	1,01	.003**

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

As afirmações que geraram índices de concordância mais elevados foram “Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres” (63.3%), “Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres” (58.6%) e “Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais” (51,4%). Já a afirmação “Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres” (32%), teve um índice mais baixo relativamente à concordância quando comparado com as três afirmações anteriores (cf. Figura 19, 20, 21, no Apêndice C).

Tabela 18 - Contribuição das Redes Sociais aumento da consciência cívica

	1	2	3	4	5
Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres	11,9%	17,4%	38,8%	23,3%	8,7%
Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres	5,1%	7,4%	28,9%	38,0%	20,6%
Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais	6,0%	8,7%	33,8%	34,2%	17,2%
Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres	5,3%	7,0%	24,4%	40,8%	22,5%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

Constata-se que 38,8% dos inquiridos respondeu que não concorda nem discorda, no que diz respeito à consideração das Redes Sociais como recurso confiável para obter informações sobre os direitos das mulheres, estes resultados são coerentes com outros estudos (cf. Figura 22, no Apêndice C).

A diferença no nível de concordância de que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres entre géneros é estatisticamente significativa, sendo que as mulheres concordam mais com a afirmação, $MU = 25619.5$, $p = .045$.

Tabela 19 - Contribuição das Redes Sociais aumento da consciência cívica (diferença géneros)

	Feminino		Masculino		Sig.
	M	DP	M	DP	
Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres	3,00	1,07	2,99	1,21	.826
Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres	3,67	1,01	3,49	1,15	.170
Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais	3,51	1,03	3,39	1,13	.365
Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres	3,74	1,04	3,54	1,11	.045*

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

A diferença no nível de concordância de que as Redes Sociais constituem um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres é estatisticamente significativa, sendo que os indivíduos com orientação homossexual concordam mais com a afirmação do que os que têm orientação heterossexual.

A diferença no nível de concordância de que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres é estatisticamente significativa, sendo que os sujeitos com orientação homossexual concordam mais com a afirmação do que os têm orientação heterossexual.

A diferença no nível de concordância do grau de utilidade das informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais é estatisticamente significativa, sendo que os sujeitos com orientação homossexual ou bissexual concordam mais com a afirmação do que os que têm orientação heterossexual.

Os inquiridos homossexuais, em geral, têm as perceções mais positivas e confiantes sobre o papel das Redes Sociais em promover e disseminar informações sobre os direitos das mulheres.

Tabela 20 - Contribuição das Redes Sociais para o aumento da consciência cívica (Orientação Sexual)

	Bissexual		Heterossexual		Homossexual		Sig.
	M	DP	M	DP	M	DP	
Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres	3,50	,92	2,91	1,07	3,94	1,15	.001***
Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres	3,83	,86	3,57	1,04	4,32	,87	.001***
Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais	4,06	,94	3,42	1,04	4,16	,86	.001***
Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres	4,28	,75	3,62	1,05	4,42	,67	.001***

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

Mais de metade dos inquiridos, indica que não alterou a sua opinião em relação aos Direitos das Mulheres após visualizar conteúdos sobre o assunto nas Redes Sociais (57.5%) (cf. Figura 23, no Apêndice C).

Tabela 21 - Mudar opinião após visualizar conteúdos

	N	%
1- Nunca	295	57,5
2- Raramente	95	18,5
3- Ocasionalmente	79	15,4
4- Frequentemente	35	6,8
5- Sempre	9	1,8

Os temas em que houve menos alteração de opinião dos inquiridos, após visualizarem conteúdos sobre o assunto nas Redes Sociais, foram a Interrupção voluntária da gravidez/Aborto (57.8%) e Violência Psicológica e Física (51.6%), enquanto os que registam percentagens mais elevada de mudança de opinião foram os temas Desigualdade salarial (14.4%) e a Libertação sexual: empoderamento (14%) (cf. Figura 24, no Apêndice C).

Tabela 22 - Temas/Áreas de mudança de opinião

	1	2	3	4	5
Interrupção voluntária da gravidez/Aborto	57,8%	18,1%	15,5%	6,8%	1,7%
Planeamento Familiar/educação sexual	51,0%	19,3%	17,4%	9,6%	2,6%
Violência Psicológica e Física	51,6%	14,7%	18,1%	12,3%	3,2%
Violência e abuso sexual	52,2%	15,3%	17,2%	11,5%	3,8%
Violência obstétrica	49,7%	14,7%	18,3%	11,7%	5,5%
Desigualdade salarial	44,8%	16,3%	18,1%	14,4%	6,4%
Libertação sexual: empoderamento	47,1%	15,3%	17,4%	14,0%	6,2%
Acesso à educação	50,3%	15,7%	19,1%	11,0%	4,0%
Direito laboral	45,9%	15,5%	18,9%	13,2%	6,4%

Legenda: 1- Nunca; 2- Raramente; 3- Ocasionalmente; 4- Frequentemente; 5. Sempre

Os inquiridos sem filhos alteraram menos a opinião sobre a Interrupção voluntária da gravidez/Aborto do que os com filhos, sendo a diferença estatisticamente significativa.

Tabela 23 - Ter filhos e interrupção voluntária da gravidez/Aborto

	Não		Sim		Sig.
	M	DP	M	DP	
Interrupção voluntária da gravidez/Aborto	1,93	1,15	1,57	,89	.001***

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

Foi realizada uma ACP com os itens da questão 22.1 (cf. Tabela 24), identificando três dimensões: Igualdade Económica e Laboral (57,69% de variância, $\alpha = 0,929$), Saúde e Educação (26,92% de variância, $\alpha = 0,923$) e Violência e Abuso (15,38% de variância, $\alpha = 0,948$), explicando 100% da variância total. As análises de variância (ANOVA) não revelaram diferenças estatisticamente significativas entre géneros nas três dimensões, com médias muito próximas entre homens e mulheres (%) (cf. Figura 33 no Apêndice D). Assim, não foram encontradas evidências estatísticas de variações significativas nas perceções de igualdade económica, saúde e educação, e violência e abuso entre géneros.

Tabela 24 - ACP | Temas/Áreas de mudança de opinião

	Igualdade Económica e Laboral	Saúde e Educação	Violência e Abuso
Direito Laboral	0.854	0.334	0.283
Desigualdade Salarial	0.778	0.405	0.318
Educação	0.749	0.355	0.380
Liberação Sexual: Empoderamento	0.614	0.357	0.567
Aborto	0.238	0.803	0.369
Planeamento Familiar/educação Sexual	0.510	0.755	0.250
Violência Obstétrica	0.544	0.741	0.223
Violência e Abuso Sexual	0.363	0.652	0.531
Violência Psicológica e Física	0.401	0.379	0.770
Valor próprio (λ)	4.645	1.156	0.815
% de variância explicada	57.69	26.92	15.38
% variância acumulada	57.69	84,61	100.00
Alfa de Cronbach (α)	0.929	0.923	0.948

ACP: Matriz fatorial após uma rotação varimax, com normalização kaiser, convergente em 7 iterações medida KMO= 0.880; teste de Bartlett=1251.658; significância= 0.000

A maioria concorda que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais (43.5%); que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões (31%) e ainda que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população (34.8%) (cf. Figura 25, 26, 27, 28, no Apêndice C).

Tabela 25 - Influência e inclusão Redes Sociais

	1	2	3	4	5
A informação disponível nas Redes Sociais é amplamente diversificada para abordar todas as questões importantes relacionadas com os Direitos das Mulheres	13,0%	21,9%	35,7%	21,0%	8,3%
Considero que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais	3,2%	3,2%	17,8%	43,5%	32,3%
Considero que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões	9,5%	15,5%	26,8%	31,0%	17,2%
Considero que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população	6,6%	12,5%	28,4%	34,8%	17,8%

Legenda: 1- Discordo Totalmente; 2- Discordo; 3- Nem concordo, nem discordo; 4- Concordo; 5- Concordo Totalmente

A opinião sobre as Redes Sociais não varia significativamente em função do género dos inquiridos ($p > .05$).

Tabela 26 - Tabela 21 - Influência e inclusão Redes Sociais (entre género)

	Feminino		Masculino		Sig.
	M	DP	M	DP	
Considero que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais	4,02	,89	3,89	1,12	.526
Considero que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões	3,25	1,19	3,45	1,22	.075
Considero que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população	3,44	1,06	3,45	1,25	.787

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

A opinião sobre as Redes Sociais não varia significativamente em função das habilitações académicas dos inquiridos ($p > .05$).

Tabela 27 - Tabela 21 - Influência e inclusão Redes Sociais (Ensino)

	≤ 12º ano		E. Superior		Sig.
	M	DP	M	DP	
Considero que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais	4,13	,92	3,96	,96	.123
Considero que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões	3,55	1,13	3,27	1,21	.059
Considero que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população	3,61	1,06	3,42	1,13	.258

M – Média DP – Desvio padrão * $p \leq .05$ ** $p \leq .01$ *** $p \leq .001$

5.8. Discussão dos resultados

Esta investigação apresenta como objetivo principal, compreender como a utilização das Redes Sociais, quer por homens, quer por mulheres, pode contribuir para o seu esclarecimento acerca dos direitos das mulheres em Portugal. Nesta discussão iremos apresentar e discutir, sinteticamente, como é que cada objetivo delineado foi ou não verificado.

Avaliar o grau de utilização das Redes Sociais mais conhecidas

Os dados revelam que as Redes Sociais mais utilizadas pelos inquiridos, com uma frequência superior a uma vez por semana, são o Instagram, o Facebook e o YouTube. De acordo com dados do DataReportal, as Redes Sociais mais populares em Portugal são o Facebook e o Instagram, enquanto o Reddit é uma das menos utilizadas. Assim, há uma coerência entre os dados do estudo e as tendências nacionais (DataReportal, 2023).

No entanto, a média de horas semanais que os inquiridos dedicam à internet (principalmente entre 1-5 horas por semana) é significativamente inferior à média nacionais. Segundo dados do DataReportal, em média os portugueses passam 7h37m diariamente o que se traduz numa média de 53,3 horas semanais (DataReportal, 2023). Este dado sugere que o padrão de uso da internet é mais alto do que o reportado pela maioria dos inquiridos. Estes afirmaram utilizar as Redes Sociais preferencialmente para entretenimento, conexão com amigos/família e para seguir notícias. Estes resultados são coerentes com os de estudos anteriores (Alhabash & Ma, 2017; Masciantonio & Bourguignon, 2023), com a opção entretenimento, como um dos principais motivos para a utilização das Redes Sociais, juntamente com a conexão social. Seguir notícias também apresenta uma forte correlação nos estudos mencionados.

Comparar o grau de utilização das Redes Sociais entre géneros

Existem diferenças significativas na utilização das Redes Sociais entre géneros. As mulheres utilizam o Instagram com uma maior frequência do que os homens, enquanto estes utilizam mais o Twitter, YouTube e Reddit do que elas. No entanto, não foram encontradas diferenças significativas no uso do Facebook e TikTok entre os géneros. Estes resultados sugerem que, embora existam variações na forma como homens e mulheres utilizam algumas plataformas de Redes Sociais, a maioria é utilizada por ambos os géneros. Os resultados desta investigação são coerentes com os de estudos anteriores (Alhabash & Ma, 2017) que abordam as diferenças de uso das Redes Sociais entre géneros, indicando que o Instagram é mais popular entre as mulheres que tendem a encontrar maior popularidade devido às suas funcionalidades visuais, que favorecem a expressão pessoal e social. Por outro lado, o Twitter é mais utilizado pelos homens, fundamentalmente para acompanhar notícias, participar em debates e desenvolver a sua rede profissional.

Um estudo de realizado pela UE, indica que o uso das Redes Sociais é mais elevado entre as mulheres do que entre os homens em todos os grupos etários. O Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, são mais populares entre as mulheres, enquanto o Twitter, LinkedIn, Reddit, são mais populares entre os homens (Park et al., 2023a).

Avaliar se as Redes Sociais são consideradas como um meio credível ou válido para esclarecimento dos direitos das mulheres

Embora 58,6% dos inquiridos deste estudo reconheçam o impacto positivo das Redes Sociais na promoção dos direitos das mulheres, apenas 32% as veem como uma fonte confiável de informação, com 38,8% permanecendo neutros ou indecisos. Dados de 2023 mostram que, em Portugal, 18 em cada 100 portugueses utilizam as Redes Sociais como principal fonte de notícias (Observatório da Comunicação, 2023).

Um estudo de Gabielkov revelou que 59% dos artigos/noticias compartilhadas no Twitter, uma das principais Redes Sociais de consumo e partilha de informação *online*, não são lidos antes de serem partilhados (Rochlin, 2017). Estudos recentes em psicologia interpessoal e comunicação mostram que os indivíduos geralmente têm baixa eficácia na deteção de fraudes noticiosas. Mesmo quando alertados sobre a possibilidade de mentiras, sua taxa de sucesso na identificação correta é de cerca de 50% (Rubin et al., 2015).

Averiguar em que áreas ou temas relativos aos direitos das mulheres, se considera que as Redes Sociais têm informação esclarecedora disponível

No que respeita aos direitos das mulheres, os temas mais procurados pelos participantes do estudo nas Redes Sociais foram a desigualdade salarial, os direitos laborais e acesso à educação. Estes resultados demonstram que os utilizadores valorizam as Redes Sociais como fontes de informação sobre questões estruturais que afetam a igualdade de género, sublinhando a importância destes temas nas agendas públicas. De acordo com um estudo recente, a maioria dos participantes obteve a sua educação sexual através de fontes modernas e informais, como as Redes Sociais, representando 84,0% do total. O estudo abordou diversos temas, incluindo Abuso Sexual, Direitos Sexuais e Reprodutivos, e Saúde Sexual e Reprodutiva (Rodrigues et al., 2024). Os resultados indicam que a procura por informações sobre temas relacionados com os direitos das mulheres está em consonância com esses tópicos. A maioria dos participantes procurou informações sobre estas áreas, revelando uma coerência entre as fontes de educação sexual utilizadas e os temas de interesse.

Verificar a perceção quanto à eficácia dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os direitos das mulheres

A maioria dos inquiridos considera que os recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais têm uma influência positiva na promoção dos direitos das mulheres. No entanto, uma

percentagem considerável mantém uma posição neutra. A análise de género mostra que as mulheres tendem a ver esses conteúdos como mais positivos em comparação com os homens, embora a diferença não seja estatisticamente significativa. Segundo (Shieh & Demirkol, 2014) constatou-se que as Redes Sociais têm influência e efeitos positivos na educação, no conhecimento geral, e nas relações sociais dos participantes. O estudo destaca que as Redes Sociais facilitam a aquisição de informação e a comunicação.

Um estudo sobre o Facebook, com o objetivo de avaliar seu potencial para influenciar positivamente o comportamento socialmente responsável, demonstrou a utilização positivas do mesmo, e um impacto positivo no desenvolvimento da responsabilidade social se operar em movimentos sociais (Mrassni et al., 2023).

O desenvolvimento destas plataformas digitais proporcionou um acesso mais amplo e democrático à informação, permitindo que um maior número de pessoas se envolva na discussão de inúmeros assuntos, designadamente sobre questões de igualdade de género (Grover et al., 2022; Mahoney, 2022).

As Redes Sociais tem sido fundamentais para sensibilizar a população, promover mudanças de atitude e encorajar uma maior participação cívica, designadamente na luta pelos direitos das mulheres (Baer, 2016).

Comparar as perceções encontradas entre géneros (masculino e feminino)

As perceções sobre a influência das Redes Sociais nos direitos das mulheres variam entre géneros. O género feminino tende a ver as Redes Sociais de forma mais positiva, especialmente em relação ao empoderamento e sensibilização para questões de género. Este dado sugere que as mulheres podem encontrar nas Redes Sociais um espaço de apoio e informação que reflete as suas experiências pessoais. O género masculino recorre frequentemente ao Twitter, YouTube e Reddit para acompanhar notícias e debates.

Segundo (Psylla et al., 2017), as mulheres não só demonstraram estar mais ativamente envolvidas em interações *online*, como também passam mais tempo em conversas telefónicas. Um estudo realizado entre 2009–2016 numa instituição de ensino superior nos Estados Unidos da América, sugere que, embora não haja uma diferença no conhecimento técnico ou na familiaridade com as Redes Sociais entre os géneros, há uma distinção clara na maneira como essas ferramentas são usadas. Os homens são mais orientados para o uso instrumental das Redes Sociais, enquanto as mulheres as utilizam mais para fins sociais e relacionais. Estas diferenças refletem, em parte, as expectativas sociais e as funções de género que moldam as interações *online* (Liu, 2018).

Os resultados da ACP identificaram três dimensões principais: Igualdade Económica e Laboral, Saúde e Educação e Violência e Abuso. Os resultados indicam diferenças entre géneros

em todas as três dimensões analisadas, com o género feminino a apresentarem perceções mais elevadas em relação a todos os tópicos abordados. Estes resultados sugerem que as mulheres têm uma perceção mais crítica e consciente sobre estas questões, o que pode refletir a relevância e o impacto direto que estes temas têm nas suas vidas. Estes resultados estão alinhados com um relatório recente da ONU (UN-Women, 2024), que evidenciam uma perceção mais elevada por parte mulheres sobre desigualdade económica, saúde, direitos reprodutivos e violência, sendo uma resposta direta às experiências contínuas de desigualdade e discriminação que enfrentam. O relatório sublinha a importância de compreender estas perceções não apenas como meras opiniões ou atitudes, mas como reflexos das realidades concretas vividas pelas mulheres em diferentes contextos sociais e económicos.

Avaliar como as Redes Sociais são utilizadas como ferramentas para promover a cidadania digital e a participação cívica.

A maioria dos inquiridos participa regularmente e partilha conteúdos sobre questões sociais. Este comportamento demonstra o potencial das Redes Sociais como plataformas para a promoção da cidadania digital e a participação cívica, atuando como catalisadores para a mobilização social e a defesa de direitos dos cidadãos. Estes resultados são coerentes com outros estudos, que indicam quanto mais pessoas usam as Redes Sociais, maior a tendência de interagir e participar em atividades cívicas (Shao et al., 2022).

Um estudo recente realizado em escolas nos países nórdicos, indica que as ferramentas digitais e Redes Sociais (por exemplo, plataformas: Twitter, Facebook, Instagram, blogs e vídeos) têm aberto caminho para que os indivíduos participem e se envolvam com questões locais e globais de forma inovadora.

6. Conclusões

6.1. Principais conclusões

Na história ocidental, a noção de inferioridade feminina, originada com pensadores clássicos e reforçada pela interpretação judaico-cristã da Bíblia, limitava as mulheres a papéis de reprodução e cuidado familiar, enquanto os homens eram vistos como provedores (Deretic, 2015; Mill, 2006). A percepção da posição das mulheres evoluiu lentamente, com avanços significativos nas últimas décadas, impulsionados pelo aumento do acesso à educação e pelos movimentos pelos direitos civis e políticos. Em Portugal, marcos como a Revolução de 25 de Abril de 1974 e a adesão à União Europeia em 1986 foram cruciais para estimular a discussão sobre igualdade de género e possibilitar progressos legislativos e sociais (Rêgo, 2012).

Nos últimos anos, as Redes Sociais e tecnologias digitais têm transformado a sociedade ao facilitar a disseminação de informações e promover o diálogo público. Estas plataformas oferecem acesso mais amplo e democrático à informação, fomentando uma participação ativa em debates sobre temas como a igualdade de género (Grover et al., 2022; Mahoney, 2022). A interação rápida e fácil nas Redes Sociais facilita a partilha de conhecimento e experiências, além de permitir a mobilização e organização de movimentos sociais (Friedman, 2005).

O foco desta investigação centrou-se em analisar a percepção dos portugueses sobre como a informação disponível nas Redes Sociais pode contribuir para esclarecer os direitos das mulheres em Portugal.

Com base na revisão da literatura, foi elaborado um questionário, aplicado posteriormente a uma amostra populacional. Os participantes neste estudo (N = 529), com idades compreendidas entre os 18 e os 88 anos, sendo maioritariamente do género feminino e heterossexual, revelaram dados significativos sobre o uso das Redes Sociais e as suas percepções sobre os direitos das mulheres. Dos dados recolhidos, constatou-se que as Redes Sociais mais frequentemente utilizadas são o Instagram, Facebook e YouTube, tendo sido observadas diferenças na frequência de utilização das mesmas entre os géneros. O Instagram é mais frequentemente utilizado entre o género feminino, sendo o género masculino, mais ativo nas outras três plataformas (Twitter, YouTube e Reddit).

Relativamente ao envolvimento com temas relacionados com os direitos das mulheres, a maioria dos participantes utiliza as Redes Sociais para seguir conteúdos sobre igualdade de género e justiça social. As Redes Sociais são vistas como tendo uma influência positiva na promoção dos direitos das mulheres, com destaque para o Instagram e YouTube como as mais esclarecedoras nesse sentido. Contudo, 38,8% dos inquiridos mantém uma postura neutra ou cética quanto à confiabilidade das informações obtidas nas Redes Sociais sobre este tema. As mulheres revelaram

percepções mais críticas sobre estas questões como a Igualdade Económica, a Saúde e Educação, e a Violência e Abuso, do que os homens, refletindo o impacto direto que tem nas suas vidas. Salientou-se a importância das Redes Sociais na sensibilização cívica, especialmente entre o género feminino, que mais concorda com o impacto positivo das Redes Sociais na promoção dos direitos das mulheres.

Evidenciou-se também a complexidade e a diversidade na utilização das Redes Sociais no contexto dos direitos das mulheres. As Redes Sociais surgem como ferramentas valiosas para a educação, mobilização e sensibilização social, apesar da percepção da sua eficácia variar entre diferentes grupos sociodemográficos.

Em suma, este trabalho contribui para uma melhor compreensão do comportamento dos participantes face à utilização das Redes Sociais como fonte de informação sobre os direitos das mulheres. E evidencia a importância de continuar a explorar e potenciar o uso das Redes Sociais como instrumentos de transformação social e promoção da igualdade de género. Contribui também para um maior entendimento do papel das Redes Sociais na sensibilização e promoção dos direitos das mulheres, especialmente no contexto das percepções e atitudes de diferentes grupos demográficos. Ao destacar plataformas como o Instagram, YouTube e Facebook que são utilizadas para disseminar e consumir conteúdos relacionados com a igualdade de género, este estudo sublinha a influência das Redes Sociais na formação de opiniões e no envolvimento cívico.

A análise das diferenças no uso das Redes Sociais entre géneros e orientações sexuais oferece uma perspetiva sobre como diferentes grupos sociais interagem com temas de justiça social *online*. A observação de que as mulheres e indivíduos com orientações sexuais bissexuais e homossexuais estão mais envolvidos com conteúdos sobre os direitos das mulheres nas Redes Sociais sugere que estas plataformas são espaços importantes para a articulação e defesa desses direitos.

Por fim, aponta-se também para a necessidade de uma abordagem crítica no consumo de informações nas Redes Sociais, dado o ceticismo existente quanto à fiabilidade das informações disponíveis *online*. Ao contribuir com dados empíricos sobre a relação entre o uso das Redes Sociais e as percepções sobre os direitos das mulheres, este trabalho abre caminho para futuras investigações sobre estratégias de comunicação eficazes e o papel das Redes Sociais na promoção da igualdade de género em diferentes contextos culturais e sociais.

6.2. Limitações e sugestões para estudos futuros

A metodologia quantitativa baseada em questionários, para assegurar um número de respostas estatisticamente representativo, deve evitar ser excessivamente extensa, o que torna essencial limitar o número de questões. No entanto, essa limitação pode restringir a profundidade das percepções captadas. Sugere-se que estudos futuros complementem a abordagem quantitativa com métodos qualitativos, como entrevistas, que podem oferecer uma compreensão mais profunda das percepções sobre o papel das Redes Sociais no esclarecimento dos direitos das mulheres, explorando aspetos que não podem ser captados através de questionários.

Apesar da amostra ter sido elevada (N= 529), não é representativa da população portuguesa com mais de 18 anos. Verifica-se sobretudo uma diferença na percentagem de respondentes de cada um dos géneros. Para garantir uma maior representatividade e possibilitar análises estatísticas mais robustas, estudos futuros deverão considerar contextos mais amplos e recursos adicionais.

Quanto a futuros estudos, tendo em conta o foco da nossa investigação e, ainda, o fato de não existirem muitos trabalhos científicos neste âmbito, é importante a continuação da exploração do papel das Redes Sociais na sensibilização e promoção dos direitos das mulheres, designadamente entre diferentes grupos etários e em diversos contextos geográficos e sociais. Numa sociedade onde a informação circula de forma rápida e em constante evolução, torna-se igualmente importante analisar de forma mais abrangente e profunda o impacto das diferentes plataformas, a todos os níveis, e em que medida os seus utilizadores são influenciados.

7. Referências Bibliográficas

- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Alves Pereira, M. T. C., Medeiros, A., & Lousada, I. (2022). Reflexões Sobre Educação, Família, Casamento E Condição Feminina Em Um Divórcio, De Sarah Beirão. *Interfaces Científicas - Educação*, 11(2). <https://doi.org/10.17564/2316-3828.2022v11n2p134-151>
- APAV. (2022). Estatísticas APAV - Relatório Anual 2021. In *APAV – Associação Portuguesa de Apoio à Vítima*.
- Arimatsu, L. (2019). Silencing women in the digital age. *Cambridge International Law Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.4337/cilj.2019.02.02>
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1). <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>
- Beleza, T. P. (2004). Anjos e monstros - A construção das relações de gênero no Direito Penal. *Ex Aequo*, 10.
- Bell, E., Meriläinen, S., Taylor, S., & Tienari, J. (2019). Time's up! Feminist theory and activism meets organization studies. *Human Relations*, 72(1). <https://doi.org/10.1177/0018726718790067>
- Bento, M., Martinez, L. M., & Martinez, L. F. (2018). Brand engagement and search for brands on social media: Comparing Generations X and Y in Portugal. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.04.003>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1).
- Bray, F. (2007). Gender and technology. In *Annual Review of Anthropology* (Vol. 36). <https://doi.org/10.1146/annurev.anthro.36.081406.094328>
- Brunner, E., & Partlow-Lefevre, S. (2020). #MeToo as networked collective: examining consciousness-raising on wild public networks. *Communication and Critical/ Cultural Studies*, 17(2). <https://doi.org/10.1080/14791420.2020.1750043>
- Buckingham, D. (2015). Defining digital literacy: What do young people need to know about digital media? *Nordic Journal of Digital Literacy*, 2015(4). <https://doi.org/10.18261/issn1891-943x-2015-jubileumsnummer-03>
- Cabrera, A. (2021). Feminismo, poder e representações mediáticas ao longo dos 40 anos da democracia portuguesa. *RIHC. Revista Internacional de Historia de La Comunicación*, 1(16). <https://doi.org/10.12795/rich.2021.i16.09>
- Caldeira, S. P. (2023). Instagrammable feminisms: Aesthetics and attention-seeking strategies on Portuguese feminist Instagram. *Convergence*. <https://doi.org/10.1177/13548565231171048>
- Caldeira, S. P., & Machado, A. F. (2022). “Hello my lovelies!”: Conflicted feminisms and the neoliberalisation of portuguese activist influencer practices. In *Identities and Intimacies on Social Media: Transnational Perspectives*. <https://doi.org/10.4324/9781003250982-13>

- Carter, T. (2018). Preparing generation Z for the teaching profession. *SRATE Journal*, 27(1).
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Castro, C. A. de, O'Reilly, I., & Carthy, A. (2022). The Evolution of the Internet and Social Media: A Literature Review. *International Journal of E-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 12(1), 30–41. <https://doi.org/10.17706/ijeec.2022.12.1.30-41>
- Chai, Y., Ríos-Salas, V., Stek, P., & Heymann, J. (2022). Does Enhancing Paid Maternity Leave Policy Help Promote Gender Equality? Evidence from 31 Low- and Middle-Income Countries. *Gender Issues*, 39(3). <https://doi.org/10.1007/s12147-021-09293-4>
- Chinnasami S, Ramachandran M, Saravanan V, & Sivaji, S. (2023). Benefits of Building Information Modeling (BIM) Software Using IBM SPSS Statistics. *Building Materials and Engineering Structures*, 1(1). <https://doi.org/10.46632/bmes/1/1/2>
- Cohen Zilka, G. (2023). Gen Z Self-Portrait: Vitality, Activism, Belonging, Happiness, Self-Image, and Media Usage Habits. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 20. <https://doi.org/10.28945/5139>
- Council of the EU. (2024). Council adopts first-ever EU law combating violence against women. *Council of the EU*. www.consilium.europa.eu/press
- Da Conceição Silva, M. S. (2023). Do homem a praça, da mulher a casa. *Revista de História Das Ideias*, 41. https://doi.org/10.14195/2183-8925_41_8
- DataReportal. (2023). Digital 2023 Global Overview Report. In *DataReportal*.
- Davaki, K. (2018). The underlying causes of the digital gender gap and possible solutions for enhanced digital inclusion of women and girls. In *European Parliament*. <http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses>
- De Beauvoir, S. (1970). *O segundo sexo: fatos e mitos* (4th ed.). Difusão Europeia do Livro.
- De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5). <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>
- Deretic, I. (2015). Why does a woman's deliberative faculty have no authority? Aristotle on the political role of women. *Filozofija i Društvo*, 26(4). <https://doi.org/10.2298/fid1504902d>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1). <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Eurostat. (2023). *Gender pay gap in unadjusted form by NACE Rev. 2 activity - structure of earnings survey methodology*. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/Earn_gr_gpgr2__custom_9078483/default/table?lang=en
- Evans, H. (2016). Do women only talk about female issues? Gender and issue discussion on Twitter. *Online Information Review*, 40(5). <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2015-0338>

- Ewerling, F., Victora, C. G., Raj, A., Coll, C. V. N., Hellwig, F., & Barros, A. J. D. (2018). Demand for family planning satisfied with modern methods among sexually active women in low- and middle-income countries: Who is lagging behind? *Reproductive Health*, 15(1). <https://doi.org/10.1186/s12978-018-0483-x>
- Fardiah, D., Darmawan, F., Rinawati, R., Cholifah, Y. W., & Abdullah, S. I. (2023). Instagram Content Impact on Digital Literacy Capability. *Jurnal ASPIKOM*, 8(1). <https://doi.org/10.24329/aspikom.v8i1.1219>
- Feio, M. A. (2021). Lei do aborto em Portugal: barreiras atuais e desafios futuros. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 97. <https://doi.org/10.7458/spp20219719201>
- Ferreira, V., Santos, G., Araújo, H., Perista, H., Oliveira, J., Amâncio, L., Lopes, M., Rêgo, M. do C., Monteiro, R., Casaca, S. F., Cruz, S., Silva, S., & Batel, S. (2010). A Igualdade de Mulheres e Homens no Trabalho e no Emprego em Portugal – Políticas e circunstâncias. In *Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego*. Comissão para a Igualdade no Trabalho e no Emprego. www.cite.gov.pt
- Fertuzinhos, S. (2016). Fundamentos constitucionais da igualdade de género. In *Sociologia, Problemas e Práticas* (Vol. 2016). <https://doi.org/10.7458/SPP2016NE10350>
- Fink, A. (2009). Survey Research Methods. In *International Encyclopedia of Education, Third Edition*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-044894-7.00296-7>
- Friedman, E. J. (2005). The reality of virtual reality: The internet and gender equality advocacy in Latin America. *Latin American Politics and Society*, 47(3). <https://doi.org/10.1111/j.1548-2456.2005.tb00317.x>
- Fu, Y. (2022). Research on the Influences of Social Media to Gender Equality. *SHS Web of Conferences*, 148. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202214803026>
- Gewertz, D. (1988). The Creation of Patriarchy. *American Ethnologist*, 15(3). <https://doi.org/10.1525/ae.1988.15.3.02a00370>
- Grover, P., Kar, A. K., & Dwivedi, Y. (2022). The evolution of social media influence - A literature review and research agenda. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100116>
- Hansson, K., Ganetz, H., & Sveningsson, M. (2023). The significance of feminist infrastructure: #MeToo in the construction industry and the green industry in Sweden. *Gender, Work and Organization*. <https://doi.org/10.1111/gwao.12994>
- Hennegan, J., Winkler, I. T., Bobel, C., Keiser, D., Hampton, J., Larsson, G., Chandra-Mouli, V., Plesons, M., & Mahon, T. (2021). Menstrual health: a definition for policy, practice, and research. *Sexual and Reproductive Health Matters*, 29(1). <https://doi.org/10.1080/26410397.2021.1911618>
- Hoebanx, P. (2022). What shapes the internet? An overview of social science and interdisciplinary perspectives. In *Sociology Compass* (Vol. 16, Issue 10). <https://doi.org/10.1111/soc4.13032>
- INE. (2024). *População Residente*. INE.
- Jamir, M. A. (2022). A Critical Analysis of Writers Post Third Wave Feminism. *Journal of Multidisciplinary Cases*, 22. <https://doi.org/10.55529/jmc.22.16.21>

- Jankowicz, N., Hunchak, J., Pavliuc, A., Davies, C., Pierson, S., & Kaufmann, Z. (2021). Malign Creativity - How Gender, Sex, And Lies Are Weaponized Against Women Online. In *Wilson Center*.
- Janssen, L., Schouten, A. P., & Croes, E. A. J. (2022). Influencer advertising on Instagram: product-influencer fit and number of followers affect advertising outcomes and influencer evaluations via credibility and identification. *International Journal of Advertising*, 41(1). <https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1994205>
- Jones, D. (2023). Embroidering the Traumatized “Cloth-Skin-Body”: Suffragette Embroidered Cloths Worked in Holloway Prison, 1911–1912. *Textile: The Journal of Cloth and Culture*, 21(2). <https://doi.org/10.1080/14759756.2022.2040185>
- Kanai, A., & Dobson, A. (2016). Digital Media and Gender. In *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss653>
- Kawamoto, T., & Hatano, N. (2014). *Viral spreading of daily information in online social networks*. <https://www.elsevier.com/open-access/userlicense/1.0/>
- Kennedy, I. (2022). Sample Size Determination in Test-Retest and Cronbach Alpha Reliability Estimates. *British Journal of Contemporary Education*, 2(1). <https://doi.org/10.52589/bjce-fy266hk9>
- Khvan, M. S. (2019). O papel da mulher na sociedade portuguesa: um olhar pelo lado de fora (uma breve revisão). *Studia Iberystyczne*, 18. <https://doi.org/10.12797/si.18.2019.18.14>
- Kosec, K., Mo, C. H., Schmidt, E., & Song, J. (2021). Perceptions of relative deprivation and women’s empowerment. *World Development*, 138. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105218>
- Krebbekx, W. (2019). What else can sex education do? Logics and effects in classroom practices. *Sexualities*, 22(7–8). <https://doi.org/10.1177/1363460718779967>
- Krolokke, C., & Sorensen, A. S. (2005). Three Waves of Feminism. *Gender Communication Theories and Analyses*.
- Leach, M., Reyers, B., Bai, X., Brondizio, E. S., Cook, C., Díaz, S., Espindola, G., Scobie, M., Stafford-Smith, M., & Subramanian, S. M. (2018). Equity and sustainability in the anthropocene: A social-ecological systems perspective on their intertwined futures. In *Global Sustainability* (Vol. 1). <https://doi.org/10.1017/sus.2018.12>
- Lipovetsky, G. (2022). *A Sagração da Autenticidade* (1st ed.). Edições 70.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer Marketing: How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media. *Journal of Interactive Advertising*, 19(1). <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Lund, E. M., & Thomas, K. B. (2023). The Association between Physical and Psychological Domestic Violence Experienced during the COVID-19 Pandemic and Mental Health Symptoms. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(4). <https://doi.org/10.3390/ijerph20043312>
- Macedo, J. C., António, I., Macedo, E., & Lopes, M. de F. (2023). O plano de parto como mecanismo de proteção do direito à autodeterminação da mulher em contexto obstétrico em Portugal. *Revista de Bioética y Derecho*. <https://doi.org/10.1344/rbd2023.58.39814>

- Mahoney, C. (2022). Is this what a feminist looks like? Curating the feminist self in the neoliberal visual economy of Instagram. *Feminist Media Studies*, 22(3). <https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1810732>
- Marcella-Hood, M., & Marcella, R. (2023). Purposive and non-purposive information behaviour on Instagram. *Journal of Librarianship and Information Science*, 55(3). <https://doi.org/10.1177/09610006221097974>
- Masciantonio, A., & Bourguignon, D. (2023). Motivation Scale for Using Social Network Sites: Comparative Study between Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat and LinkedIn. *Psychologica Belgica*, 63(1). <https://doi.org/10.5334/PB.1161>
- Meta. (2023). Meta Reports Third Quarter 2023 Results 2023. In *Meta*.
- Mill, J. S. (2006). *A Sujeição das Mulheres*. Almedina.
- Mineiro, A. C. (2007). *Valores e Ensino no Estado Novo – Análise dos Livros Únicos* (1st ed.). Edições Sílabo.
- Monteiro, R. (2013). Desafios e tendências das políticas de igualdade de mulheres e homens em Portugal. *Revista Estudos Feministas*, 21(2). <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2013000200006>
- Monteiro, R. (2022). A agenda portuguesa da descriminalização do aborto à luz do backlash sob as forças políticas liberais e conservadoras. *Cadernos Pagu*, 64. <https://doi.org/10.1590/18094449202200640016>
- Monteiro, R., & Ferreira, V. (2016). Women's movements and the state in Portugal: A state feminism approach. *Sociedade e Estado*, 31(2). <https://doi.org/10.1590/S0102-69922016000200008>
- Mrassni, H. El, Ciftci, D., & Isman, A. (2023). The effects of social media on social responsibility: Facebook. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 22(2).
- Muller, S. (2001). Technology and society in the 21st century. *Johns Hopkins APL Technical Digest (Applied Physics Laboratory)*, 22(1), 85–89.
- Neves, P., & Ramalho, N. (2022). A Violência Conjugal em Portugal: Um Olhar Sobre a Última Década (2010-2020). *Revista Temas Sociais*, 2(2). https://doi.org/10.53809/ts_iss_2022_n.2_117-134
- Nordås, R., & Cohen, D. K. (2021). Conflict-Related Sexual Violence. In *Annual Review of Political Science* (Vol. 24). <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-041719-102620>
- Observatório da Comunicação. (2023). Retrato digital de Portugal. Caracterização e tendências de utilização das redes sociais – 2015 a 2023. In *OberCom – Observatório da Comunicação*. www.obercom.pt
- Owen, N., Fox, A., & Bird, T. (2016). The development of a small-scale survey instrument of UK teachers to study professional use (and non-use) of and attitudes to social media. *International Journal of Research and Method in Education*, 39(2). <https://doi.org/10.1080/1743727X.2015.1041491>
- Özbölük, T., & Akdoğan, K. (2022). The role of online source credibility and influencer identification on consumers' purchase decisions. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 16(1–2). <https://doi.org/10.1504/IJIMA.2022.120974>

- Pande, R. (2018). The History of Feminism and Doing Gender in India. *Revista Estudos Feministas*, 26(3). <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2018v26n358567>
- Pandey, U. C., & Kumar, C. (2019). The Relationship of SDG5 to Other Goals. In *SDG5 – Gender Equality and Empowerment of Women and Girls*. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-521-520191008>
- Park, K., Ging, D., Murphy, S., & Mcgrath, C. (2023a). The impact of the use of social media on women and girls Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies. In *European Union*.
- Park, K., Ging, D., Murphy, S., & Mcgrath, C. (2023b). The impact of the use of social media on women and girls Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs Directorate-General for Internal Policies. *European Parliament*.
- Perrot, M., & Duby, G. (2002). *Histoire Des Femmes En Occident T.1; L'Antiquite*. TEMPUS/PERRIN.
- Priberam. (2008). Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. In *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*.
- Pruchniewska, U. M. (2018). Branding the self as an “authentic feminist”: negotiating feminist values in post-feminist digital cultural production. *Feminist Media Studies*, 18(5). <https://doi.org/10.1080/14680777.2017.1355330>
- Queirós, A., Faria, D., & Almeida, F. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Educational Studies*, 3(9).
- Rao, A. (2023). Tackling Menstrual Poverty: A Substantive Equality Approach to the Right to Education. *Journal of International Women's Studies*, 25(4).
- Rêgo, M. do C. (2012). Políticas de igualdade de género na União Europeia e em Portugal: Influências e incoerências. *Ex Aequo*.
- Rego, R., Nunes, C., & Pita, T. (2021). A crise do tripartismo europeu: o caso da igualdade de género na concertação social em Portugal. *Tempo Social*, 33(3). <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2021.181339>
- Ren, J., Bickmore, T., Hempstead, M., & Jack, B. (2014). Birth control, drug abuse, or domestic violence? What health risk topics are women willing to discuss with a virtual agent? *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 8637 LNAI. https://doi.org/10.1007/978-3-319-09767-1_46
- Rochlin, N. (2017). Fake news: belief in post-truth. *Library Hi Tech*, 35(3). <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062>
- Rodrigues, D. L., Carvalho, A. C., de Visser, R. O., Lopes, D., & Alvarez, M. J. (2024). Do different sources of sexuality education contribute differently to sexual health and well-being outcomes? Examining sexuality education in Spain and Portugal. *Journal of Social and Personal Relationships*. <https://doi.org/10.1177/02654075241249172>
- Rodríguez, D., Busco, C., & Flores, R. (2015). Information technology within society's evolution. *Technology in Society*, 40. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2014.08.006>

- Rollero, C., Daniele, A., & Tartaglia, S. (2019). Do men post and women view? The role of gender, personality and emotions in online social activity. *Cyberpsychology*, 13(1). <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-1>
- Rondán-Cataluña, F. J., Sanz-Altamira, B., & Peral-Peral, B. (2017). Gender roles in social network sites from generation Y. *Journal of Technology Management and Innovation*, 12(4). <https://doi.org/10.4067/s0718-27242017000400001>
- Rubin, V. L., Conroy, N. J., & Chen, Y. (2015). Towards news verification: Deception detection methods for news discourse. *Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Saloni, J., & Bhosale, V. (2023). Current Trends in Information Technology- Which Way for Modern It Experts. *International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technology*. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-8162>
- Santos, A., & Serpa, S. (2017). The Importance of Promoting Digital Literacy in Higher Education. *International Journal of Social Science Studies*, 5(6). <https://doi.org/10.11114/ijsss.v5i6.2330>
- Santos, S., Garraio, J., de Sousa Carvalho, A., & Amaral, I. (2022). A space to resist rape myths? Journalism, patriarchy and sexual violence. *European Journal of Women's Studies*, 29(2), 298–315. <https://doi.org/10.1177/13505068211048465>
- Sawyer, R. (2011). The Impact of New Social Media on Intercultural Adaptation. *Digital Commons*, 5.
- Shah, Parita. S. (2022). Women s Economic Empowerment: From Deprivation to Sustenance. *Kardan Journal of Social Sciences and Humanities*. <https://doi.org/10.31841/kjssh.2022.48>
- Shang, Y., Sivertsen, G., Cao, Z., & Zhang, L. (2022). Gender differences among first authors in research focused on the Sustainable Development Goal of Gender Equality. *Scientometrics*, 127(8). <https://doi.org/10.1007/s11192-022-04430-6>
- Shieh, C.-J., & Demirkol, M. (2014). Evaluation of the Effectiveness of Social Networks and their Usage by High School Students. *Educational Process: International Journal* , 3(1–2).
- Shukla, S., Singh, P. P., & Garima. (2020). #MeToo Movement: Influence Of Social Media Engagement On Intention To Control Sexual Harassment Against Women. *Journal of Content, Community and Communication*, 12. <https://doi.org/10.31620/JCCC.12.20/07>
- Svendsen, A. D. (2019). Lakoff and Women's Language. *Leviathan: Interdisciplinary Journal in English*, 4. <https://doi.org/10.7146/lev.v0i4.112651>
- Szczurski, M. M. (2017). Social Media Influencer- a Lifestyle or a Profession of the XXIst Century? *Kozminski University*.
- Tattam, J., & Simister, J. (2014). Trends in gender equality in the UK, 1968 to 2012: four barriers to 'equal pay' for women. *Applied Economics and Finance*, 1(2). <https://doi.org/10.11114/aef.v1i2.504>
- Thomas, D., Alston, M., Jambulingam, M., Hunt, A., & Bronner, Y. (2022). Social Media Usage for Changes in Health Practices and Health Promotion. *American Journal of Public Health Research*, 10(2).
- Thompson, J., & Blake, D. (2020). Women's experiences of medical miss-diagnosis: How does gender matter in healthcare settings? *Women's Studies Journal*, 34(1/2).

- Tomás, C., Fernandes, N., Sani, A. I., & Martins, P. C. (2018). A (in)visibilidade das crianças na violência doméstica em Portugal. *SER Social*, 20(43). https://doi.org/10.26512/ser_social.v20i43.18867
- Tomovska, E. (2020). The role of Instagram influencers as a source of fashion information. *Tekstilna Industrija*, 68(4). <https://doi.org/10.5937/tekstind2004058t>
- UN Human Rights Council. (2018). Report of the Special Rapporteur on violence against women, its causes and consequences on online violence against women and girls from a human rights perspective. In *Human Rights Council, A/HRC/38/47*.
- UNESCO. (2020). Global Education Monitoring Report Gender Review 2018: Meeting our commitments to gender equality in education. In *Global Education Monitoring Report 2018*.
- United Nations. (2023). The Sustainable Development Goals Report 2023. In *United Nations*.
- UN-Women. (2024). *Progress on the Sustainable Development Goals: The Gender Snapshot 2024*.
- Uzomah, M. M., & Falana, T. C. (2020). Sex, Feminism and Sexual Revolution. *Social Sciences, Humanities and Education Journal (SHE Journal)*, 1(3). <https://doi.org/10.25273/she.v1i3.7550>
- van der Waal, R., Mayra, K., Horn, A., & Chadwick, R. (2023). Obstetric Violence: An Intersectional Refraction through Abolition Feminism. *Feminist Anthropology*, 4(1). <https://doi.org/10.1002/fea2.12097>
- Vaughan, J. P., Victora, C., & R Chowdhury, A. M. (2021). Data Processing and Analysis. In *Practical Epidemiology*. <https://doi.org/10.1093/med/9780192848741.003.0011>
- World Health Organization. (2015). State of inequality: Reproductive, maternal, newborn and child health. In *World Health Organization*.
- Zinoviev, D., Duong, V., & Zhang, H. (2010). A game theoretical approach to modeling information dissemination in social networks. *IMCIC 2010 - International Multi-Conference on Complexity, Informatics and Cybernetics, Proceedings, 1*, 407–412.

Anexos e Apêndices

Apêndice A – Questionário

Perceções sobre o papel das Redes Sociais no esclarecimento dos Direitos das Mulheres

Numa sociedade onde o tema Desigualdade de Género é cada vez mais objeto de discussão e debate, e, em que a informação e partilha de experiências veiculada nas “Redes Sociais” cresce exponencialmente, este projeto pretende analisar em que medida as Redes Sociais podem contribuir para um esclarecimento mais profundo dos Direitos das Mulheres.

Termo de Consentimento Informado

O presente questionário enquadra-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação no ISCTE e tem como principal objetivo explorar o papel das Redes Sociais no esclarecimento dos Direitos das Mulheres. A sua participação é voluntária. Não existem respostas certas ou erradas. Poderá desistir em qualquer momento, se assim o desejar. Todas as respostas a este questionário são anónimas e confidenciais, e destinam-se somente a fins de investigação científica. Agradecemos que responda a todas as questões e expresse as suas opiniões com a maior sinceridade e espontaneidade possível.

A resposta a este questionário tem a duração aproximada de 10 minutos.

Nota: Se tiver alguma dúvida, necessitar de algum tipo de informação ou pretender algum feedback do trabalho que está a ser realizado, poderá contactar-nos por e-mail: emmms3@iscte-iul.pt

Declaro que tenho 18 anos ou mais, que tomei conhecimento e compreendi a informação acima descrita e aceito, de livre vontade, participar neste estudo e preencher o questionário que se segue: *

- Sim
- Não

Tem nacionalidade portuguesa? *

- Sim
- Não

1- Indique a sua idade *

A sua resposta

2- Indique o seu género *

- Feminino
- Masculino
- Outro

3- Indique a sua orientação sexual *

- Heterossexual
- Homossexual
- Bissexual
- Outro
- Não sei/Não Respondo

4- Indique a sua escolaridade (último grau de ensino concluído) *

- 1ºCiclo (4º Ano)
- 2ºCiclo (6º Ano)
- 3ºCiclo (9º Ano)
- Ensino secundário (12º Ano)
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

5- Tem filhos? *

- Sim
- Não

6- Por semana "navego" na internet (em média) *

- Menos de 1 hora
- 1-5 horas
- 6-10 horas
- 11-20 horas
- Mais de 20 horas

7- Utilizo as seguintes Redes Sociais com a seguinte frequência: *

	Nunca	Ocasionalmente	Mensalmente	1 vez por semana	Mais do que uma vez por semana
Facebook	<input type="radio"/>				
Instagram	<input type="radio"/>				
TikTok	<input type="radio"/>				
Twitter	<input type="radio"/>				
YouTube	<input type="radio"/>				
Reddit	<input type="radio"/>				

8- Utilizo as Redes Sociais para os seguintes fins: *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Muito frequentemente
Conectar-me com amigos/família	<input type="radio"/>				
Partilha de conteúdo pessoal	<input type="radio"/>				
Seguir notícias	<input type="radio"/>				
Participar em grupos/comunidades	<input type="radio"/>				
Procura de informações	<input type="radio"/>				
Entretenimento	<input type="radio"/>				

9- Particpei em iniciativas cívicas ou de ativismo nas Redes Sociais *

Por exemplo: utilização de ferramentas digitais, como as redes sociais, blogues, plataformas de debate e petições, como meio de promover uma mudança.

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

10- Partilhei conteúdos sobre questões sociais nas Redes Sociais *

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

11- Procurei informação sobre os Direitos das Mulheres nas Redes Sociais *

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

12- Nas Redes Sociais sigo contas relacionadas com os Direitos das Mulheres *

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

13- Sigo estas contas nas Redes Sociais devido a: *

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
Interesse pessoal na causa dos Direitos das Mulheres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recomendação de amigos, familiares ou colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Influência de figuras públicas ou celebridades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preocupação com a igualdade de género e justiça social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Procura de informações e aprendizagem sobre os Direitos das Mulheres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entretenimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14- Nas Redes Sociais, habitualmente procuro informações sobre os Direitos das Mulheres nas seguintes áreas ou temas: *

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
Interrupção voluntária da gravidez/Aborto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeamento Familiar/educação sexual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violência Psicológica e Física	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violência e abuso sexual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violência obstétrica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desigualdade salarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libertação sexual/empoderamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso à educação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Direito laboral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15- Os temas relacionados com os Direitos das Mulheres que considero terem mais visibilidade ou que são mais amplamente discutidos nas Redes Sociais são: *

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
Interrupção voluntária da gravidez/Aborto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Planeamento Familiar/educação sexual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violência Psicológica e Física	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violência e abuso sexual	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violência obstétrica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desigualdade salarial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libertação sexual/empoderamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acesso à educação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Direito laboral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16- Na minha opinião, as Redes Sociais que fornecem informações mais esclarecedoras sobre os Direitos das Mulheres são: *

	Discordo Totalmente	Discordo	Nem concordo, nem discordo	Concordo	Concordo Totalmente
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TikTok	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YouTube	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reddit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17- Considero a influência dos recursos e conteúdos compartilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres como: *

Numa escala de 1 (muito negativo) a 5 (muito positivo) por favor indique o seu grau de concordância.

1 2 3 4 5

Muito negativo Muito positivo

18- Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres *

Numa escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) por favor indique o seu grau de concordância

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

19- Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres *

Numa escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) por favor indique o seu grau de concordância

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

20- Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais *

Numa escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) por favor indique o seu grau de concordância

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

21- Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres *

Numa escala de 1 (discordo totalmente) a 5 (concordo totalmente) por favor indique o seu grau de concordância

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

22- Considero que alterei a minha opinião em relação aos Direitos das Mulheres após visualizar conteúdos sobre o assunto nas Redes Sociais *

1 2 3 4 5

Nunca Sempre

22.1- Na sequência da pergunta anterior, considero ter alterado a minha opinião * nos seguintes temas:

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Frequentemente	Sempre
Interrupção voluntária da gravidez/Aborto	<input type="radio"/>				
Planeamento Familiar/educação sexual	<input type="radio"/>				
Violência Psicológica e Física	<input type="radio"/>				
Violência e abuso sexual	<input type="radio"/>				
Violência obstétrica	<input type="radio"/>				
Desigualdade salarial	<input type="radio"/>				
Libertação sexual/empoderamento	<input type="radio"/>				
Acesso à educação	<input type="radio"/>				
Direito laboral	<input type="radio"/>				

23- A informação disponível nas Redes Sociais é amplamente diversificada para abordar todas as questões importantes relacionadas com os Direitos das Mulheres *

	1	2	3	4	5	
Discordo Totalmente	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente				

24- Considero que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais *

	1	2	3	4	5	
Discordo Totalmente	<input type="radio"/>	Concordo Totalmente				

25- Considero que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões *

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

26- Considero que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população *

1 2 3 4 5

Discordo Totalmente Concordo Totalmente

Apêndice B – Tabela de objetivos face às afirmações do questionário

Afirmações	Objetivo	Referências
6	A, B	(Alhabash & Ma, 2017)
7	A, B	(Alhabash & Ma, 2017)
8	A, B	(Masciantonio & Bourguignon, 2023)
9	C, G	(Owen et al., 2016)
10	C, G	(Rollero et al., 2019)
11	C, G	(Marcella-Hood & Marcella, 2023)
12	C	(Fu, 2022)
13	C	(Masciantonio & Bourguignon, 2023)
14	C, D	(Marcella-Hood & Marcella, 2023)
15	C, D	(Marcella-Hood & Marcella, 2023); Evans, 2016
16	C, D, E	(Fu, 2022);(Park et al., 2023b); (Marcella-Hood & Marcella, 2023)
17	C, D, E, F	(Fu, 2022)
18	C, F	(Fu, 2022)
19	C, F	(Fu, 2022)
20	C, E, F	(Fu, 2022)
21	C, E, F	(Marcella-Hood & Marcella, 2023)
22	E, F	(Marcella-Hood & Marcella, 2023)
22.1	E, F	(Ren et al., 2014); (Evans, 2016)
23	E, F	(Owen et al., 2016)
24	G, F	(Owen et al., 2016)
25	G, F	(Sawyer, 2011)
26	G, F	(Owen et al., 2016)

Apêndice C – Gráficos

Pergunta 7 - Utilizo as seguintes Redes Sociais com a seguinte frequência:

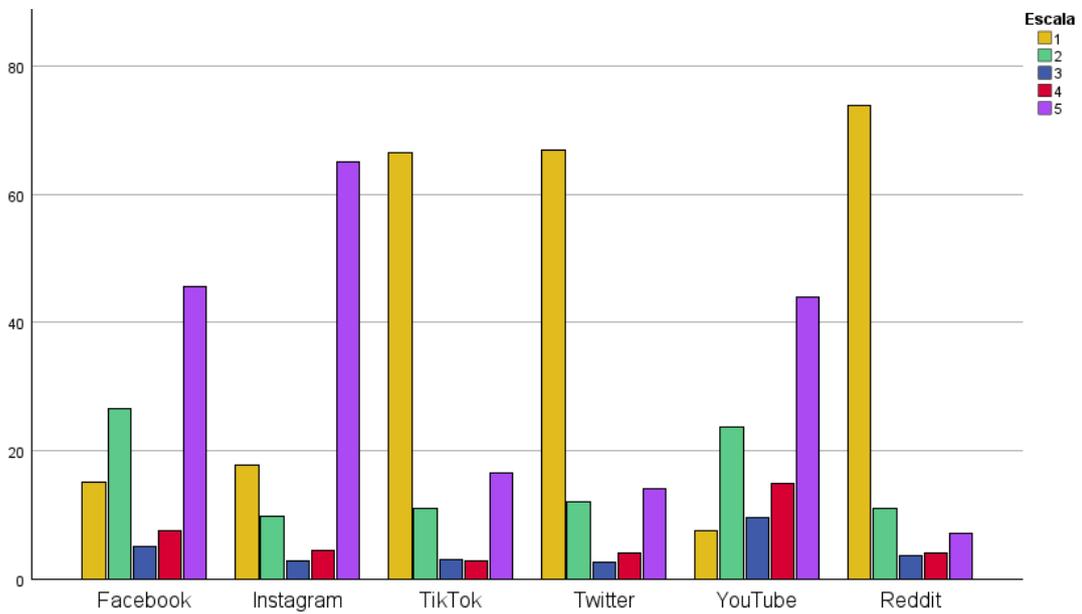


Figura 8 - Utilizo as seguintes Redes Sociais com a seguinte frequência

Pergunta 8 - Utilizo as Redes Sociais para os seguintes fins:

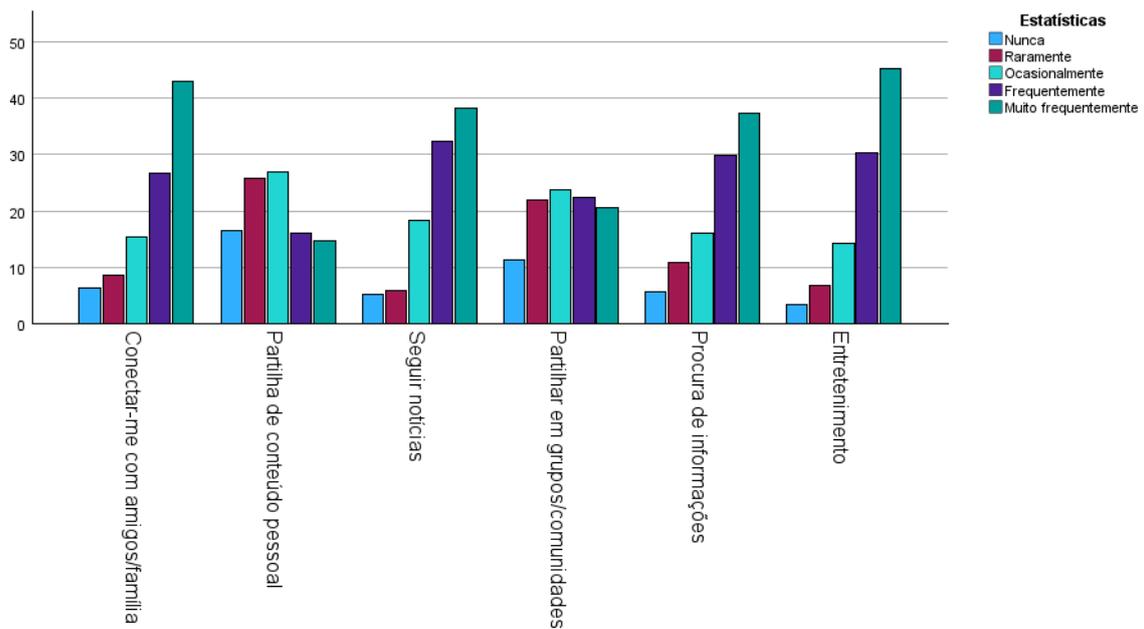


Figura 9 - Utilizo as Redes Sociais para os seguintes fins

Pergunta 9 - Participei em iniciativas cívicas ou de ativismo nas Redes Sociais

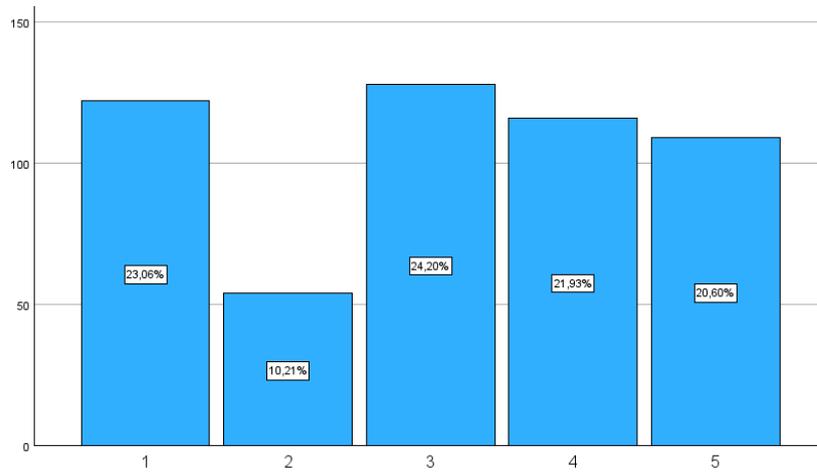


Figura 10 - Participei em iniciativas cívicas ou de ativismo nas Redes Sociais

Pergunta 10 - Partilhei conteúdos sobre questões sociais nas Redes Sociais

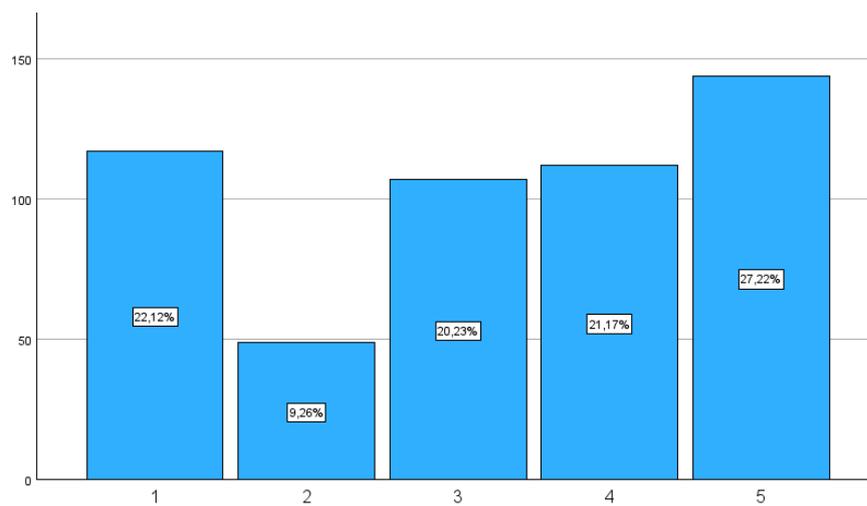


Figura 11 - Partilhei conteúdos sobre questões sociais nas Redes Sociais

Pergunta 11- Procurei informação sobre os Direitos das Mulheres nas Redes Sociais

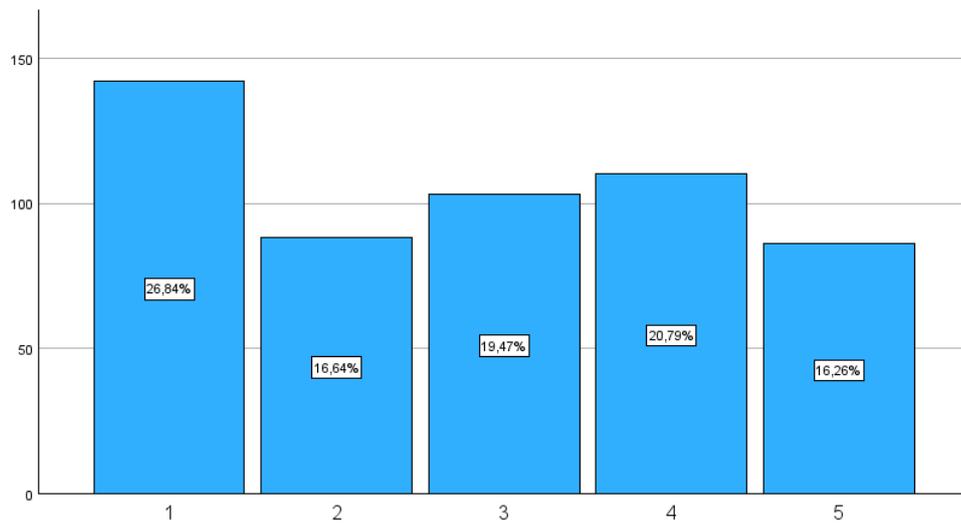


Figura 12 - Procurei informação sobre os Direitos das Mulheres nas Redes Sociais

Pergunta 12 - Nas Redes Sociais sigo contas relacionadas com os Direitos das Mulheres

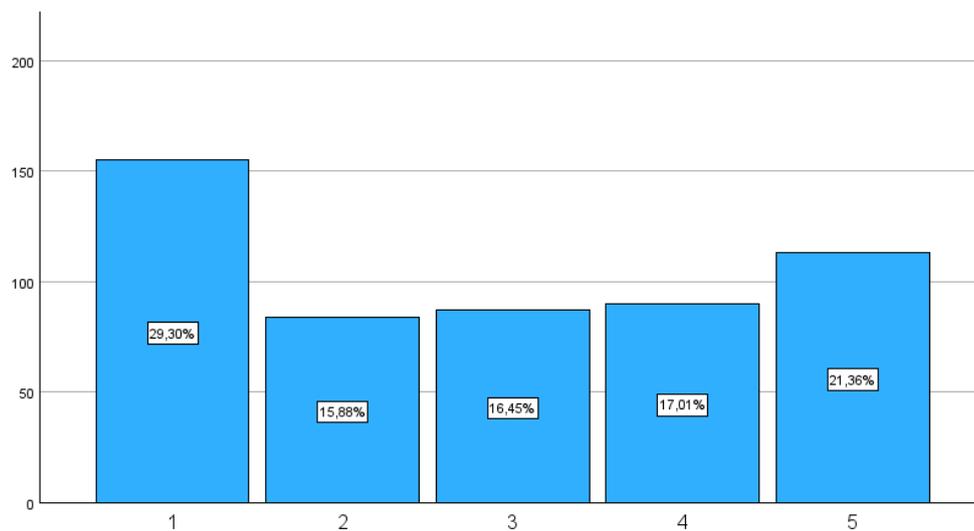


Figura 13 - Nas Redes Sociais sigo contas relacionadas com os Direitos das Mulheres

Pergunta 13 - Sigo estas contas nas Redes Sociais devido a:

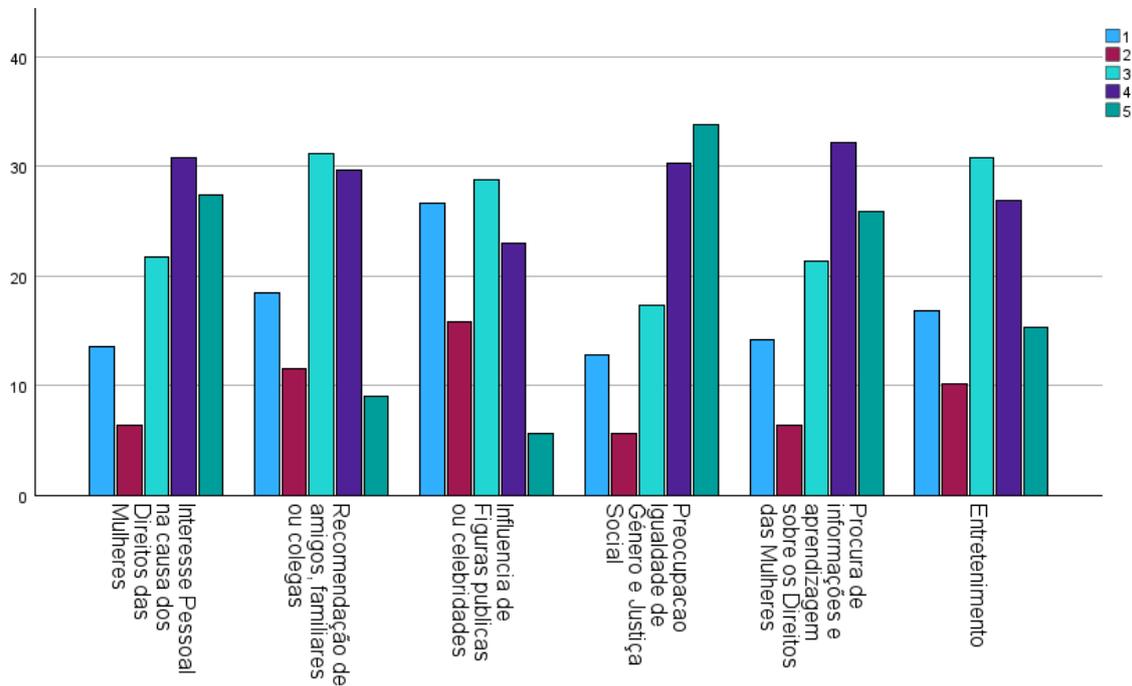


Figura 14 - Sigo estas contas nas Redes Sociais devido

Pergunta 14 - Nas Redes Sociais, habitualmente procuro informações sobre os Direitos das Mulheres nas seguintes áreas ou temas:

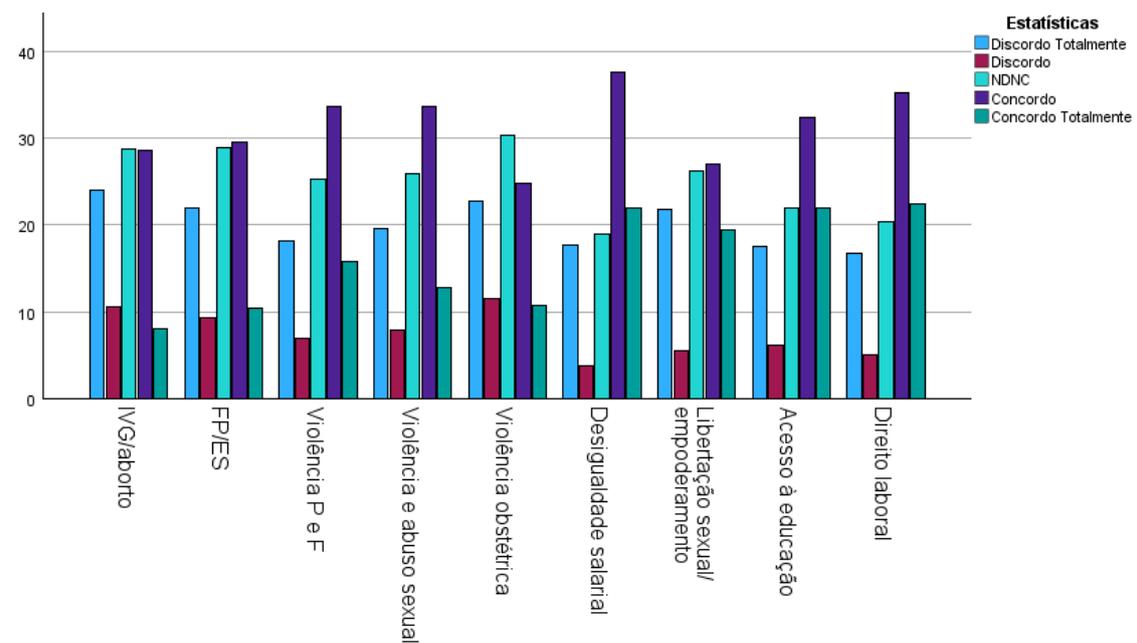


Figura 15 - Nas Redes Sociais, habitualmente procuro informações sobre os Direitos das Mulheres nas seguintes áreas ou temas

Pergunta 15- Os temas relacionados com os Direitos das Mulheres que considero terem mais visibilidade ou que são mais amplamente discutidos nas Redes Sociais são:

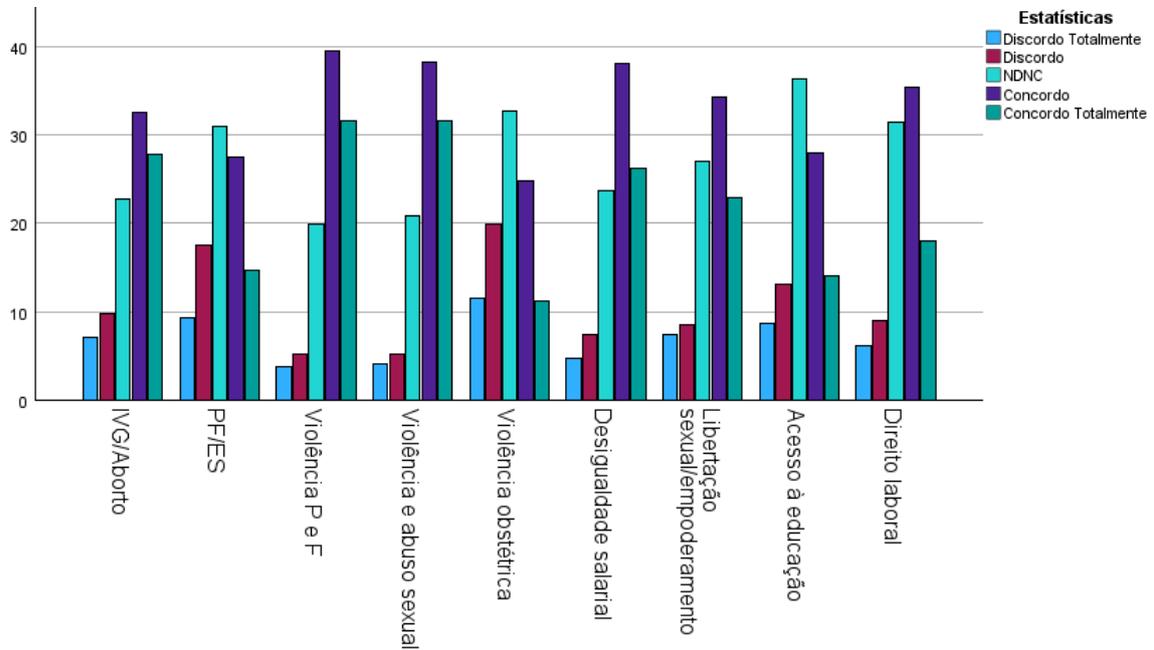


Figura 16 - Os temas relacionados com os Direitos das Mulheres que considero terem mais visibilidade ou que são mais amplamente discutidos nas Redes Sociais são

Pergunta 16 - Na minha opinião, as Redes Sociais que fornecem informações mais esclarecedoras sobre os Direitos das Mulheres são:

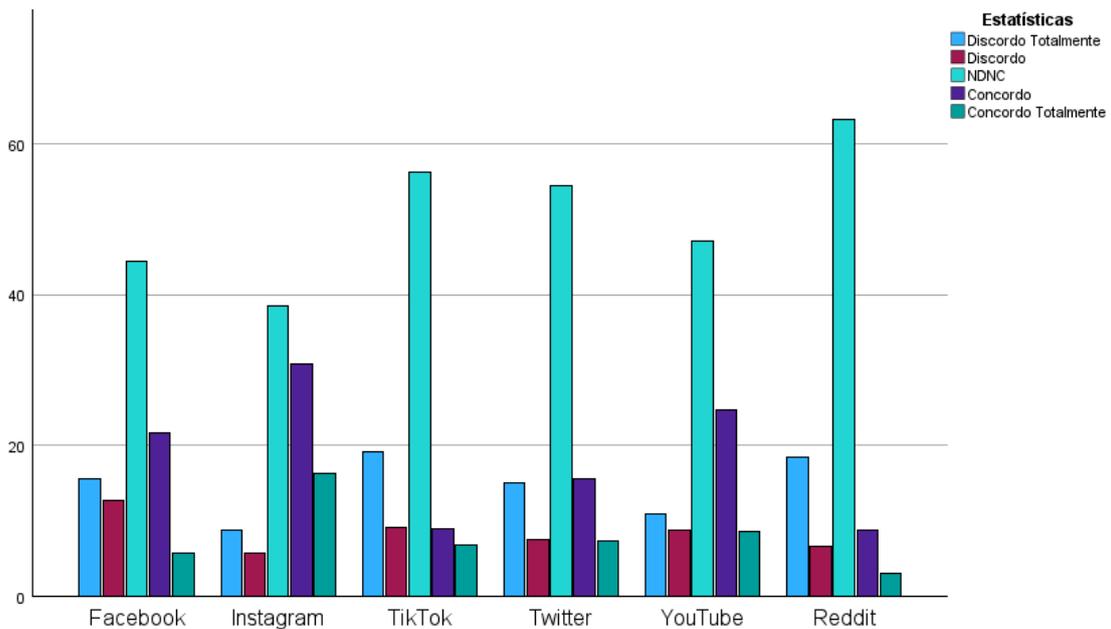


Figura 17 - Na minha opinião, as Redes Sociais que fornecem informações mais esclarecedoras sobre os Direitos das Mulheres são

Pergunta 17 - Considero a influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres como:

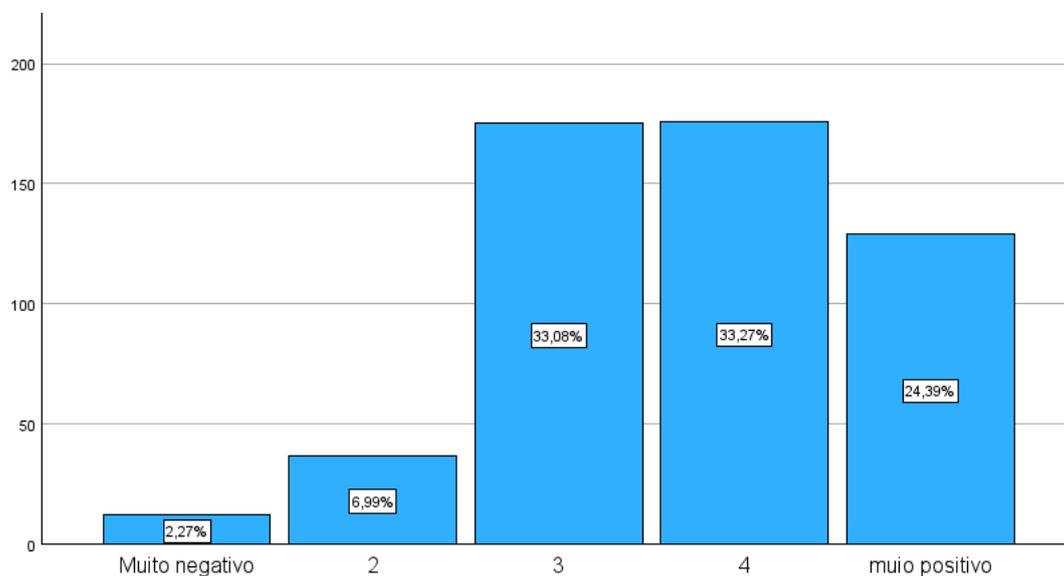


Figura 18 - Considero a influência dos recursos e conteúdos partilhados nas Redes Sociais sobre os Direitos das Mulheres

Pergunta 18 - Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres

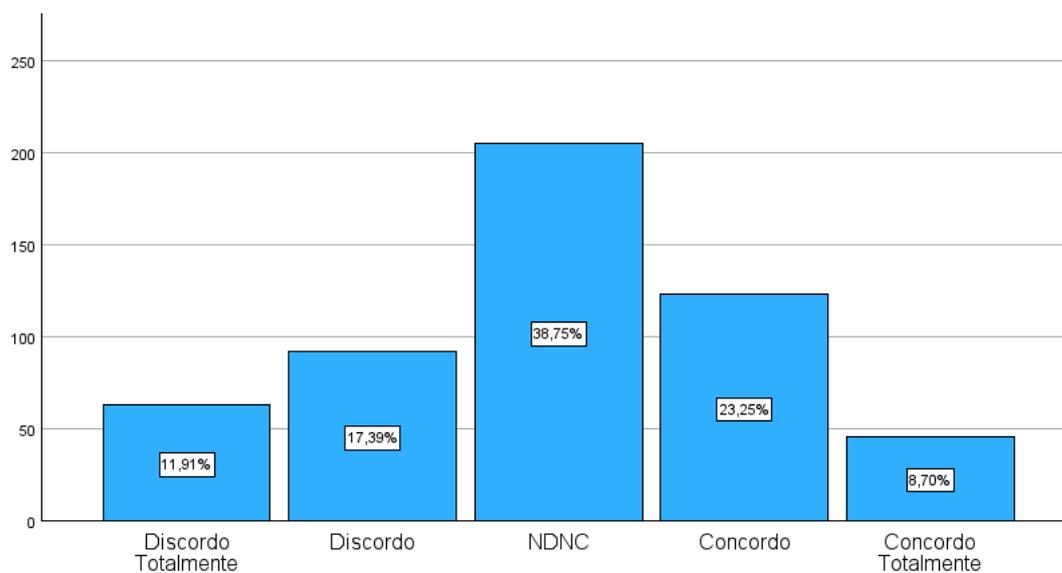


Figura 19 - Considero as Redes Sociais como um recurso confiável para obter informações sobre os Direitos das Mulheres

Pergunta 19 - Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres

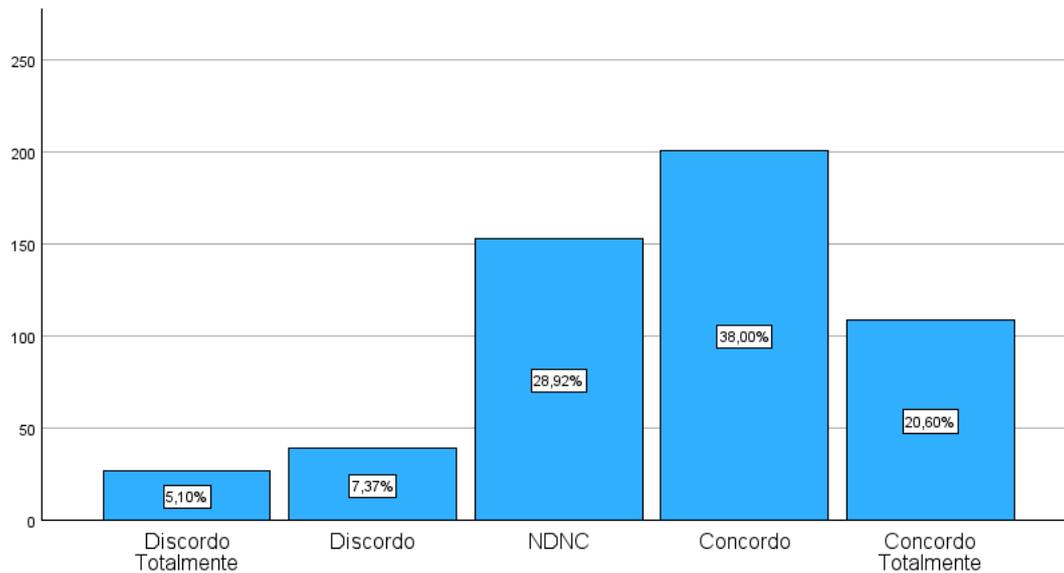


Figura 20 - Considero que as Redes Sociais têm influência positiva na promoção dos Direitos das Mulheres

Pergunta 20 - Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais

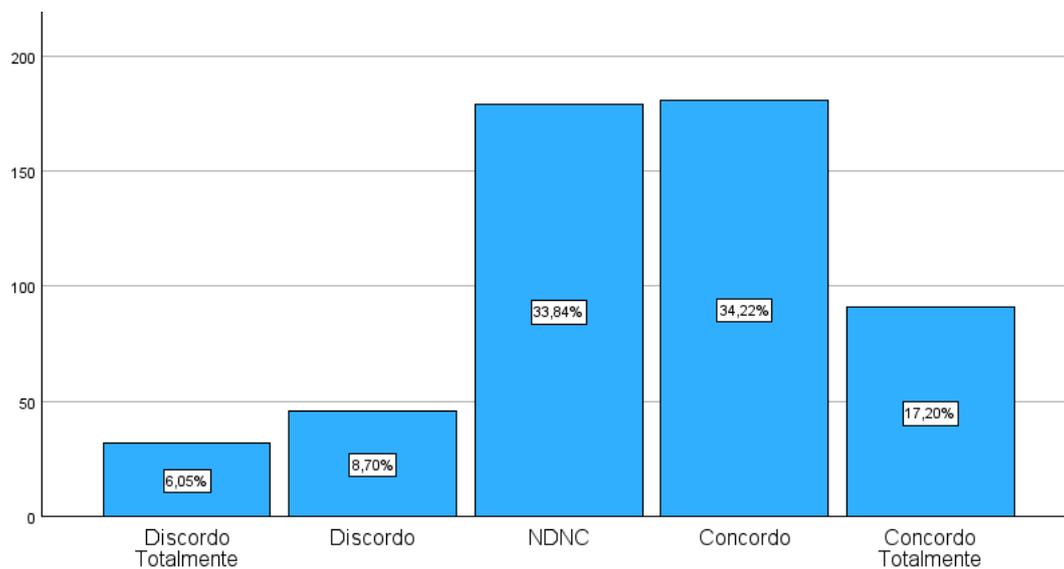


Figura 21 - Considero úteis as informações sobre Direitos das Mulheres que encontro nas Redes Sociais

Pergunta 21 - Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres

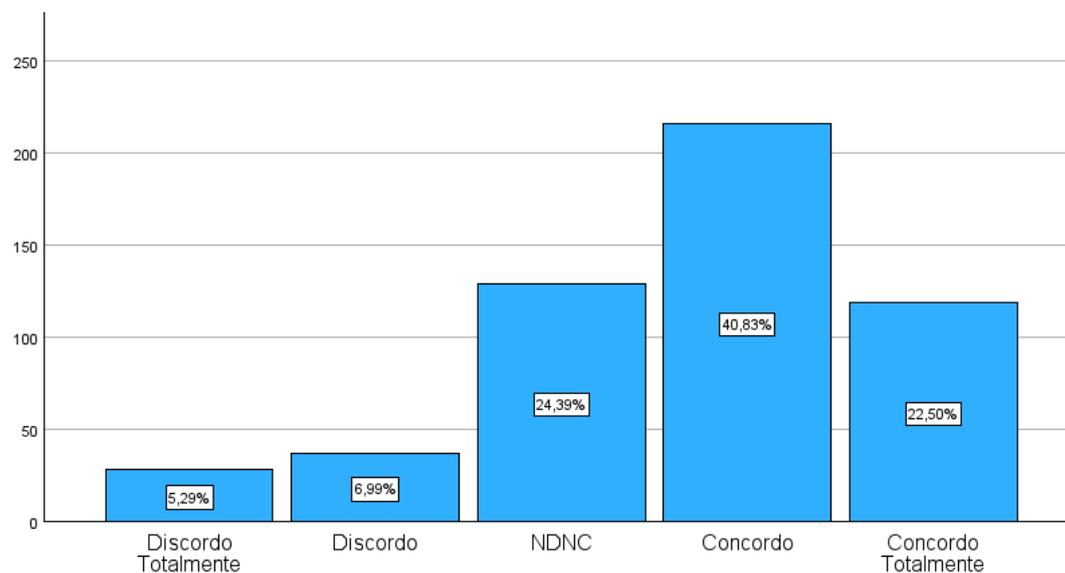


Figura 22 - Considero que as Redes Sociais têm contribuído para um aumento da consciência cívica sobre os Direitos das Mulheres

Pergunta 22 - Considero que alterei a minha opinião em relação aos Direitos das Mulheres após visualizar conteúdos sobre o assunto nas Redes Sociais

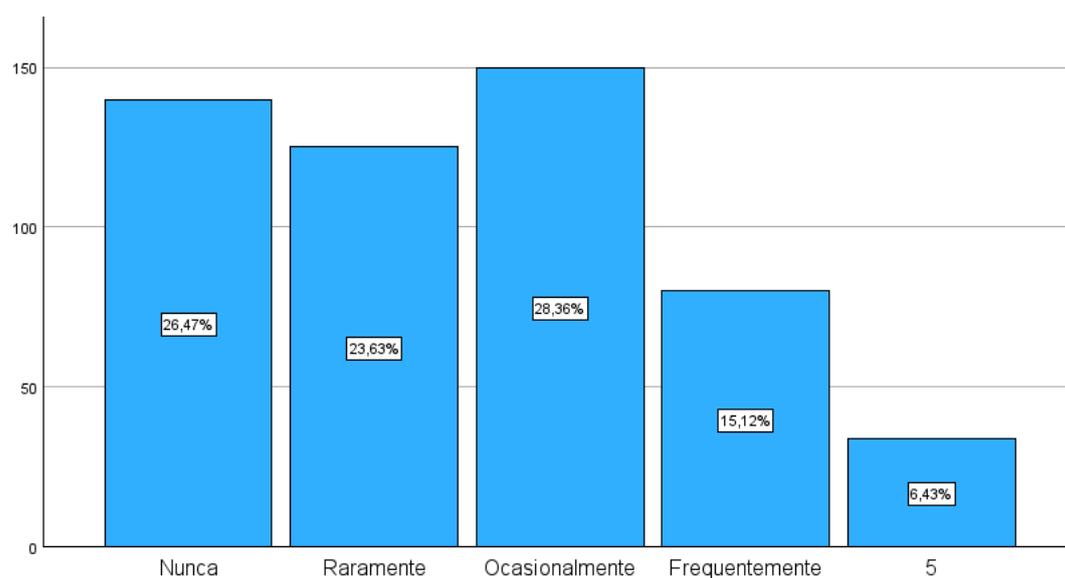


Figura 23 - Considero que alterei a minha opinião em relação aos Direitos das Mulheres após visualizar conteúdos sobre o assunto nas Redes Sociais

Pergunta 22.1 - Na sequência da pergunta anterior, considero ter alterado a minha opinião nos seguintes temas:

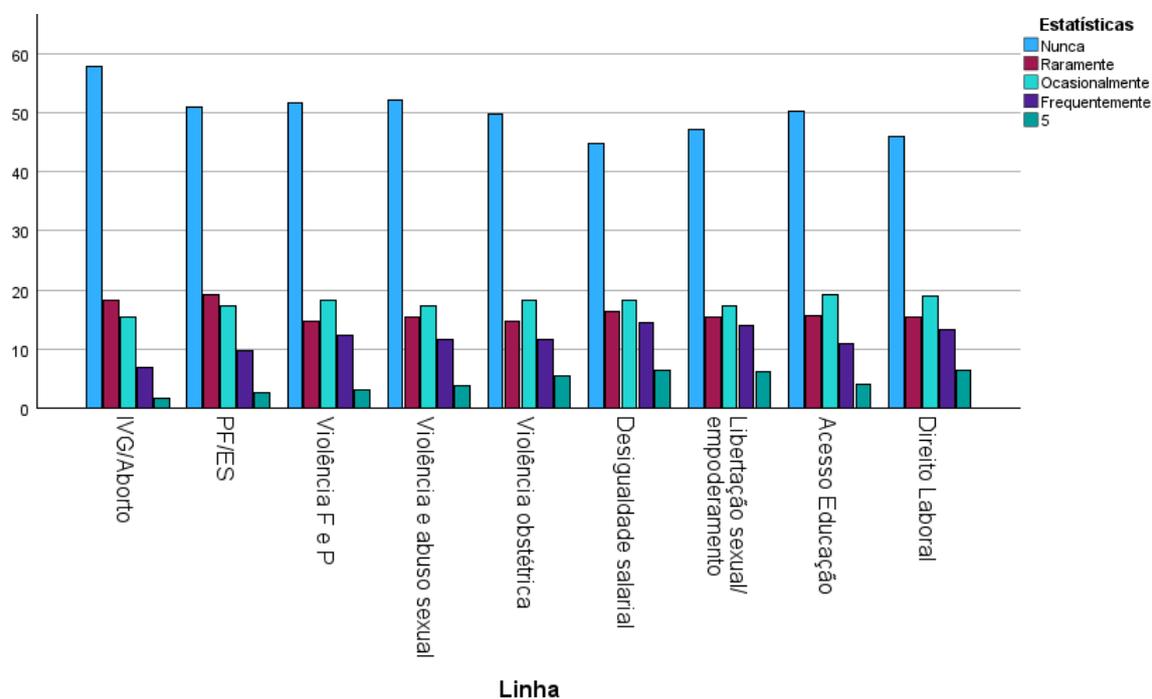


Figura 24 - Considero ter alterado a minha opinião nos seguintes temas

Pergunta 23 - A informação disponível nas Redes Sociais é amplamente diversificada para abordar todas as questões importantes relacionadas com os Direitos das Mulheres

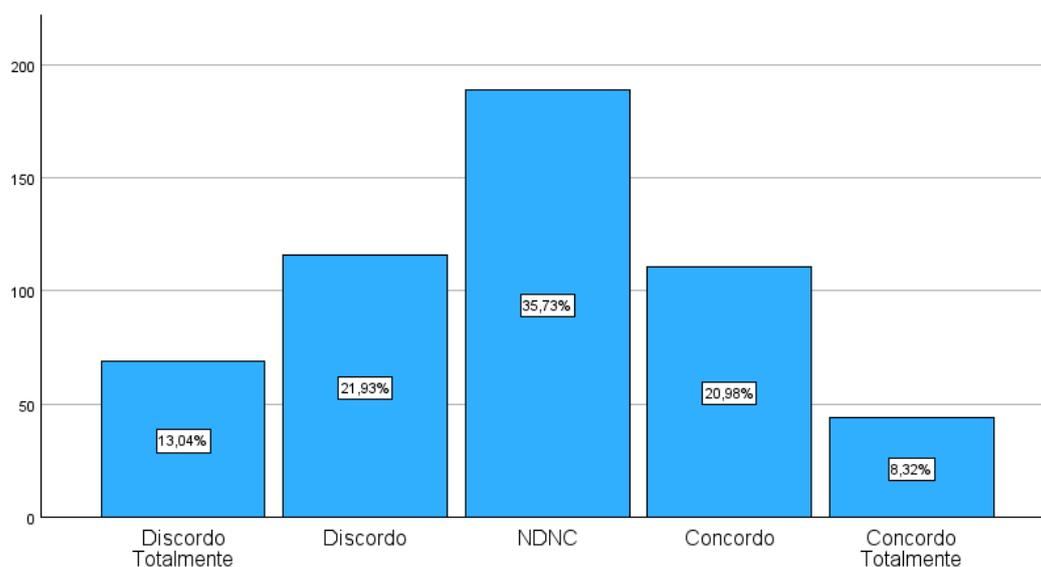


Figura 25 - A informação disponível nas Redes Sociais é amplamente diversificada para abordar todas as questões importantes relacionadas com os Direitos das Mulheres

Pergunta 24 - Considero que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais

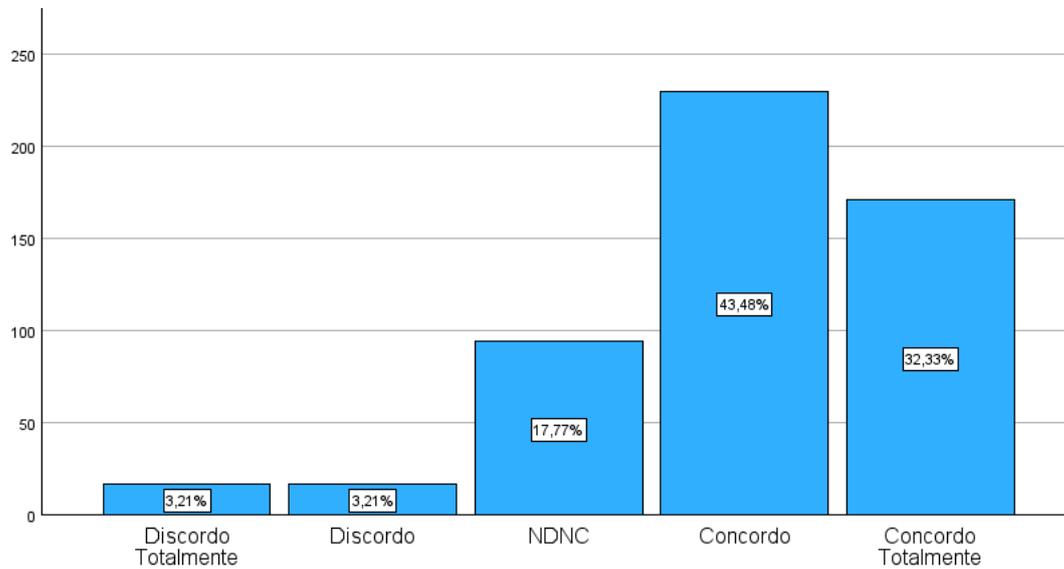


Figura 26 - Considero que as Redes Sociais influenciam mudanças sociais

Pergunta 25 - Considero que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões

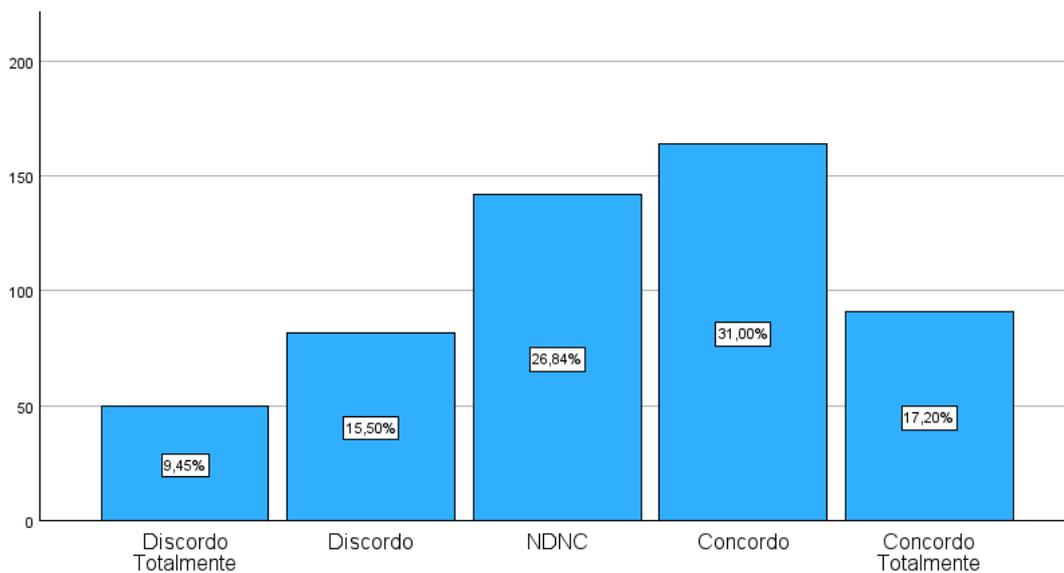


Figura 27 - Considero que as Redes Sociais são um espaço inclusivo para todas as vozes e opiniões

Pergunta 26 - Considero que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população

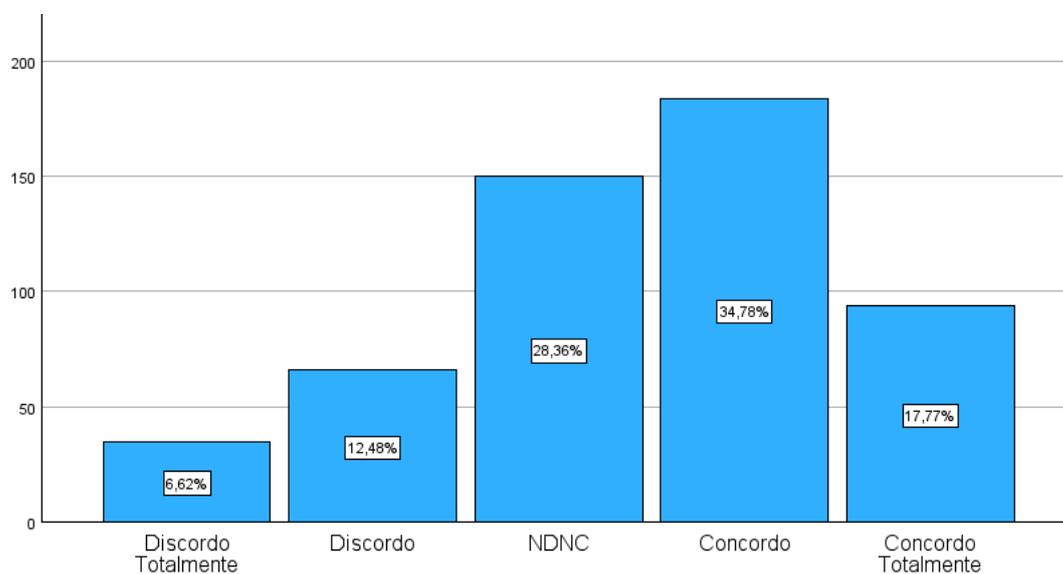


Figura 28 - Considero que as Redes Sociais têm um papel relevante na educação cívica da população

Apêndice D – ANOVA

Tabela 28 - ANOVA / Áreas/Temas que mais procuram

	Gênero	
	Feminino	Masculino
Igualdade Económica e Laboral	3.566	3.049
	F (1, 528) = 17.819***	
Saúde e Educação	3.158	2.780
	F (1, 528) = 11.847***	
Violência e Abuso	3.296	2.862
	F (1, 528) = 12.752***	

Legenda: *p < 0.050, **p < 0.010, ***p < 0.001

Tabela 29 - ANOVA / Visibilidade Temas/Áreas dos direitos das mulheres

	Gênero	
	Feminino	Masculino
Igualdade Económica e Laboral	3.602	3.655
	F (1, 528) = 0.298	
Saúde e Educação	3.360	3.299
	F (1, 528) = 0.403	
Violência e Abuso	3.360	3.299
	F(1, 528) = 1.537	

Legenda: *p < 0.050, **p < 0.010, ***p < 0.001

Tabela 30 - ANOVA / Temas/Áreas de mudança de opinião

	Gênero	
	Feminino	Masculino
Igualdade Económica e Laboral	3.566	3.049
	F(1, 528) = 1.193	
Saúde e Educação	2.044	1.879
	F(1, 528) = 2.645	
Violência e Abuso	2.003	1.997
	F(1, 528) = 0.003	

Legenda: *p < 0.050, **p < 0.010, ***p < 0.001