BOCA
BOLETIM DE CONJUNTURA

A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO NA CONSTRUÇÃO COMPORTAMENTAL DOS ADOLESCENTES

THE INFLUENCE OF TELEVISION ON THE BEHAVIORAL DEVELOPMENT OF ADOLESCENTS

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS ADOLESCENTES

https://doi.org/10.56238/bocav25n84-024

Data de submissão: 12/10/2026 **Data de publicação:** 12/11/2026

Abreu Dala Gonga
Mestre em Administração Educacional
Instituição: Instituto Superior Politécnico da Catepa (ISCAT)
E-mail: abreudalagonga@gmail.com
Orcid: https://orcid.org/0009-0004-2931-0368
Lattes: http://lattes.cnpq.br/2385032275064526

RESUMO

A convergência entre televisão, plataformas digitais e outros meios audiovisuais tem renovado o debate sobre o papel dos meios de comunicação na socialização e na construção identitária dos adolescentes. Este estudo teve como objetivo compreender de que forma os conteúdos televisivos, particularmente aqueles que representam situações de violência, são interpretados pelos adolescentes e influenciam a construção do self e dos seus comportamentos. Desenvolveu-se uma investigação qualitativa, de natureza descritivo-interpretativa, com base em entrevistas semiestruturadas realizadas a onze adolescentes, com idades entre os 10 e os 15 anos. Os dados foram submetidos à análise temática de conteúdo. Os resultados demonstram que os participantes reconhecem a televisão como fonte de informação, entretenimento e aprendizagem, mas também identificam riscos associados à exposição a conteúdos violentos. Conclui-se que a influência dos meios de comunicação é contextual e mediada pela família, pela escola, pelos pares e pela literacia mediática, reforçando a importância da educação para os meios de comunicação e do desenvolvimento do pensamento crítico.

Palavras-chave: Adolescência. Televisão. Media. Violência Mediática.

ABSTRACT

The convergence of television, digital platforms, and other audiovisual media has renewed the debate on the role of the media in the socialisation and identity construction of adolescents. This study aimed to understand how television content, particularly content depicting situations of violence, is interpreted by adolescents and influences the construction of the self and their behaviours. A qualitative, descriptive-interpretative study was conducted based on semi-structured interviews with eleven adolescents aged between 10 and 15 years. The data were subjected to thematic content analysis. The results demonstrate that participants recognise television as a source of information, entertainment,

and learning, but also identify risks associated with exposure to violent content. It is concluded that the influence of the media is contextual and mediated by family, school, peers, and media literacy, reinforcing the importance of media education and the development of critical thinking.

Keywords: Adolescence. Television. Media. Media Violence.

RESUMEN
La convergencia entre la televisión, las plataformas digitales y otros medios audiovisuales ha renovado el debate sobre el papel de los medios de comunicación en la socialización y la construcción identitaria de los adolescentes. Este estudio tuvo como objetivo comprender de qué manera los contenidos televisivos, particularmente aquellos que representan situaciones de violencia, son interpretados por los adolescentes e influyen en la construcción del self y de sus comportamientos. Se desarrolló una investigación cualitativa, de naturaleza descriptivo-interpretativa, basada en entrevistas semiestructuradas realizadas a once adolescentes, con edades comprendidas entre los 10 y los 15 años. Los datos fueron sometidos a un análisis temático de contenido. Los resultados demuestran que los participantes reconocen la televisión como fuente de información, entretenimiento y aprendizaje, pero también identifican riesgos asociados a la exposición a contenidos violentos. Se concluye que la influencia de los medios es contextual y está mediada por la familia, la escuela, los pares y la alfabetización mediática, reforzando la importancia de la educación mediática y del desarrollo del pensamiento crítico. Palabras-clave: Adolescencia. Televisión. Medios de comunicación. Violencia mediática.

Palabras clave: Adolescencia. Televisión. Medios de Comunicación. Violencia Mediática.

1 INTRODUÇÃO

A atuação dos meios de comunicação na socialização e na formação comportamental dos jovens é um dos tópicos mais significativos nas Ciências Sociais, na Psicologia do Desenvolvimento e nos Estudos dos Média. Nas últimas décadas, o acelerado avanço das tecnologias digitais reformulou de maneira profunda as formas de criação, difusão e consumo de conteúdos audiovisuais. Nesse cenário, a televisão deixou de ser um meio de comunicação isolado, tornando-se parte de um ecossistema midiático, caraterizado pela convergência com serviços de streaming, redes sociais e dispositivos móveis.

Diante dessa realidade, a pesquisa contemporânea se distancia da noção de jovens como receptores passivos das mensagens midiáticas. Hoje, reconhece-se que os jovens escolhem, interpretam e atribuem significados aos conteúdos audiovisuais a partir de suas experiências familiares, educacionais, culturais e comunitárias. Assim, a formação de valores, atitudes e comportamentos é fruto da interação entre diversos fatoresindividuais e contextuais, não podendo ser explicada por uma relação causal direta entre exposição midiática e comportamento. Essa evolução teórica levou ao abandono das interpretações clássicas que se centravam exclusivamente na Teoria dos Efeitos dos Media, dando preferência a abordagens que ressaltam os processos de recepção, deintervenção social e de alfabetização midiática. Sob essa perspetiva, os meios de comunicação se configuram como importantes recursos simbólicos para a construção da identidade, das relações sociais e das representações da realidade, coexistindo com outros agentes de socialização, como a família, a escola, os grupos de pares e as instituições comunitárias.

É nesse contexto que se insere o presente estudo, cujo objetivo é analisar o papel da televisão, enquanto parte de um ecossistema audiovisual mais amplo, na formação comportamental dos jovens, especialmente diante de conteúdos de natureza violenta. O intuito é compreender não apenas as potenciais influências desses conteúdos, mas também os processos sociais, culturais e psicológicos que moldam sua interpretação.

2 A TELEVISÃO NA ERA DA CONFLUÊNCIA MEDIÁTICA

As inovações tecnológicas observadas nas primeiras décadas do século XXI transformaram radicalmente a função da televisão, tornando sua análise como um meio de comunicação isolado inadequada. Como aponta Jenkins (2006), a confluência mediática representa um fenômeno cultural onde os conteúdos trafegamincessantemente entre diversas plataformas, permitindo que os usuários

desempenhem um papel cada vez mais ativo na escolha, interpretação e divulgação das mensagens.Dessa forma, o conceito tradicional de consumo televisivo foi drasticamente modificado.

Atualmente, uma fração substancial dos conteúdos gerados pelas emissoras de televisão é acessada através da Internet, em plataformas digitais e dispositivos móveis, proporcionando experiências enriquecidas pela mobilidade, personalização e interação constante.

Essas transformações também se inserem no contexto da globalização. Segundo Castells (2010), a sociedade em rede intensificou a difusão global de informações, imagens, valores e práticas culturais, ampliando o acesso dos adolescentes a uma variedade crescente de conteúdos audiovisuais. No entanto, essa circulaçãonão significa uma homogeneização cultural. Robertson (1995), ao abordar o conceito de glocalização, indica que os conteúdos globais são constantemente reinterpretados conforme as especificidades culturais e sociais de cada contexto. Dessa maneira, os adolescentes conferem significados próprios aos conteúdos midiáticos, influenciados por suas vivências familiares, educacionais, religiosas e comunitárias que definem seucotidiano.

Na mesma linha, Bauman (2000) afirma que a modernidade contemporânea se carateriza pela fluidez das interações sociais e pela incessante reconstrução das identidades. Nesse cenário, os mídias oferecem referências simbólicas significativas para a formação das trajetórias pessoais e sociais dos jovens, sem, contudo, determinarem diretamente seus comportamentos.

É crucial reconhecer que a televisão compartilha a função de socialização com outros agentes essenciais. A família, a escola, os grupos de pares e as instituições religiosas continuam a desempenhar um papel crítico na orientação, interpretação e avaliação crítica dos conteúdos audiovisuais. Assim, a influência da televisão deveser vista como parte de um sistema complexo de interações sociais.Buckingham (2003) mostra que os adolescentes interpretam ativamente os conteúdos midiáticos, atribuindolhes significados variados de acordo com suas experiências pessoais, competências críticas e contextos socioculturais. Portanto, indivíduos expostos aos mesmos conteúdos podem desenvolver interpretações e reações comportamentais significativamente diversas.

Analogamente, Livingstone (2014) argumenta que os riscos e as oportunidades associados ao consumo midiático dependem, principalmente, das condições sociais em que essa utilização ocorre. Fatores como mediação parental, alfabetização midiática, contexto escolar, condições socioeconômicas e relacionamentos interpessoais revelam-se fundamentais na maneira como os adolescentes interpretam e utilizam os conteúdosaudiovisuais.

As evidências do projeto EU Kids Online Portugal corroboram essa realidade, evidenciando que os adolescentes desenvolvem habilidades diferenciadas na utilização dos meios digitais e são capazes de identificar, simultaneamente, oportunidades educacionais e riscos associados a conteúdos violentos, desinformação e outros comportamentos potencialmente prejudiciais. Os resultados também destacam que odiálogo entre pais, educadores e adolescentes é um dos fatores mais importantes de proteção no consumo midiático.

Desse modo, a televisão continua a desempenhar um papel significativo na socialização juvenil, não por determinar comportamentos, mas por integrar um conjunto de recursos simbólicos através dos quais os adolescentes constroem representações de si mesmos, dos outros e da sociedade. Sua influência deve, portanto, ser compreendida como relacional, contextual e continuamente mediada pelas experiências sociaisdos indivíduos.

Sob essa perspetiva, a televisão atualmente integra um ecossistema audiovisual convergente, onde os adolescentes deixam de ser meros receptores para assumir um papel ativo na interpretação, negociação e criação de significados. Essa realidade torna a relação entre os mídias e o comportamento consideravelmente mais complexa do que sugeriam as primeiras teorias sobre os efeitos midiáticos.

3 OS ADOLESCENTES E A EXPOSIÇÃO À VIOLÊNCIA MIDIÁTICA

A exposição dos adolescentes a conteúdos audiovisuais de natureza violenta constitui um dos temas mais debatidos nas áreas da Psicologia, da Sociologia, das Ciências da Comunicação e da Educação. Contudo, a investigação científica contemporânea afasta-se das interpretações que estabeleciam uma relação direta entre o consumo desses conteúdos e a adoção de comportamentos agressivos. Atualmente, prevalece o entendimento de que a influência dos media resulta da interação entre fatores individuais, familiares, escolares, sociais e culturais, que condicionam a forma como os adolescentes interpretam e atribuem significado às mensagens mediáticas (Buckingham, 2003; Livingstone, 2014).

A adolescência corresponde a uma etapa marcada por profundas transformações biológicas, cognitivas, emocionais e sociais, durante a qual se consolidam a identidade, os valores e as relações interpessoais. Nesse período, os meios de comunicação constituem apenas um dos diversos agentes de socialização, coexistindo com a família, a escola, os grupos de pares e a comunidade, que desempenham um papel determinante na orientação do desenvolvimento juvenil (Steinberg, 2020).

Os conteúdos audiovisuais disponibilizam modelos de comportamento, estilos de vida e representações da realidade que podem ser aceitos, reinterpretados ou rejeitados pelos adolescentes. Conforme defende Buckingham (2003), os jovens não recebem passivamente as mensagens dos media; pelo contrário, interpretam-nas de acordo com as suas experiências pessoais, competências críticas e contextos socioculturais. Assim, indivíduos expostos ao mesmo conteúdo podem construir interpretações distintas e adotar respostas comportamentais diferentes.

A literatura científica demonstra que a exposição repetida à violência mediática pode, em determinadas circunstâncias, favorecer processos de dessensibilização emocional, alterar a percepção da frequência da violência na sociedade ou influenciar atitudes perante a resolução de conflitos. Todavia, esses efeitos não são universais nem inevitáveis, dependendo de fatores como o ambiente familiar, a supervisão parental, a literacia mediática, o contexto escolar e as caraterísticas individuais dos adolescentes (Livingstone, 2014; Valkenburg *et al.*, 2022).

Essa abordagem representa uma evolução relativamente às primeiras teorias dos efeitos dos media, que concebiam os jovens como recetores essencialmente passivos. A investigação atual reconhece que os adolescentes desempenham um papel ativo na seleção, interpretação e reconstrução simbólica dos conteúdos consumidos, atribuindo-lhes significados que variam em função das suas experiências e dos contextos em que vivem.

Os estudos desenvolvidos por Livingstone (2014) evidenciam igualmente que os media proporcionam, simultaneamente, oportunidades educativas, culturais e sociais, bem como riscos que exigem estratégias adequadas de intervenção. Nesse contexto, a intervenção da família, da escola e das políticas públicas assume particular relevância na promoção de uma utilização crítica e responsável dos meios de comunicação.

As investigações do projeto EU Kids Online Portugal corroboram essa perspetiva, ao demonstrarem que os adolescentes utilizam diariamente diferentes plataformas digitais para fins educativos, recreativos e relacionais. Embora revelem níveis crescentes de competência digital, continuam expostos a riscos associados à violência, à desinformação, aos discursos de ódio e a outros conteúdos potencialmente prejudiciais. Os resultados mostram igualmente que a mediação parental baseada no diálogo, na confiança e na educação para os media produz efeitos mais positivos do que estratégias exclusivamente restritivas.

No domínio da aprendizagem social, o contributo de Bandura (2001) continua a revelar-se relevante ao demonstrar que uma parte significativa das aprendizagens humanas ocorre por meio da

observação de modelos. Contudo, o autor esclarece que essa influência depende dos processos cognitivos de interpretação e avaliação realizados pelo próprio indivíduo. Assim, a observação de comportamentos violentos não conduz, por si só, à sua reprodução, sendo influenciada pelas expetativas, pelos reforços sociais e pelas circunstâncias concretas em que ocorre a aprendizagem.

Paralelamente, a investigação recente demonstra que os comportamentos agressivos na adolescência não podem ser explicados exclusivamente pela exposição à violência mediática. Fatores como conflitos familiares, experiências de vitimização, exclusão social, consumo de substâncias psicoativas, dificuldades emocionais, desigualdades socioeconómicas e contextos comunitários marcados pela violência apresentam um peso explicativo mais significativo quando analisados de forma integrada (American Psychological Association, 2020).

Essa interpretação encontra igualmente suporte na abordagem ecológica do desenvolvimento humano proposta por Bronfenbrenner e Morris (2006), segundo a qual o desenvolvimento resulta da interação contínua entre o indivíduo e os diferentes sistemas sociais que integram o seu ambiente. Nessa perspetiva, os media constituem apenas um dos elementos do contexto ecológico, coexistindo com a família, a escola, a comunidade e o meio sociocultural na construção das trajetórias de desenvolvimento dos adolescentes.

Dessa forma, a literatura científica contemporânea converge na ideia de que a influência da violência mediática não pode ser compreendida por meio de relações causais simples. Trata-se de um fenómeno complexo e multidimensional, condicionado pelos processos de interpretação, pelas experiências individuais e pelas diferentes formas de mediação social. Nesse sentido, o reforço da literacia mediática, da educação para os media e do acompanhamento parental revela-se essencial para promover uma relação crítica, reflexiva e responsável dos adolescentes com os conteúdos audiovisuais, potenciando os seus benefícios e reduzindo os riscos associados ao seu consumo.

4 A CONSTRUÇÃO DO SELF E DA IDENTIDADE NA ADOLESCÊNCIA

4.1 O SELF NO ADOLESCENTE

A adolescência constitui uma etapa determinante do desenvolvimento humano, marcada por profundas transformações biológicas, cognitivas, emocionais e sociais que influenciam a forma como o indivíduo se compreende e estabelece relações com os outros. Nesse período, destaca-se a construção do self, entendida como um processo contínuo de desenvolvimento da autoconsciência, da autoimagem

e da autorregulação, resultante da interação entre os processos psicológicos e os diferentes contextos sociais (Steinberg, 2020).

Na perspetiva contemporânea, o self corresponde ao conjunto organizado de interpretações, crenças e avaliações que o indivíduo desenvolve acerca de si próprio, integrando dimensões como o autoconceito, a autoestima, a autoeficácia e a identidade pessoal (Santrock, 2021). Durante a adolescência, o desenvolvimento do pensamento abstrato e da metacognição permite aos jovens construir uma compreensão mais diferenciada e integrada de si mesmos. Como refere Santrock (2021, p. 331), "a compreensão de si próprio torna-se progressivamente mais abstrata, diferenciada e integrada durante a adolescência".

O desenvolvimento do self depende, igualmente, das experiências de socialização. A família representa o primeiro contexto de formação da autoconsciência e da autoestima, sendo posteriormente complementada pela escola, pelos grupos de pares e pelos meios de comunicação, que oferecem novos referenciais simbólicos para a construção da autoimagem (Bronfenbrenner & Morris, 2006). De acordo com a perspetiva bioecológica, o desenvolvimento resulta da interação permanente entre as caraterísticas individuais e os diferentes sistemas ambientais, não podendo ser explicado apenas pela maturação biológica.

Essa visão é reforçada pela Psicologia Sociocultural, segundo a qual a autoconsciência emerge por meio das relações sociais e dos significados construídos nas interações (Vygotsky, 1978). Embora inspirada nas contribuições clássicas de Cooley e Mead, a investigação atual considera que o looking-glass self corresponde a um processo ativo de interpretação das avaliações dos outros, e não à sua simples interiorização (Harter, 2015). Assim, a qualidade das relações interpessoais exerce uma influência decisiva na consolidação do self. O apoio familiar, a aceitação pelos pares e o sucesso escolar favorecem uma autoimagem positiva, enquanto a rejeição, a discriminação e a exclusão tendem a fragilizar a autoestima e o bem-estar psicológico (Orth & Robins, 2022).

Entre os componentes fundamentais do self, o autoconceito corresponde às crenças que o indivíduo possui acerca das suas capacidades e caraterísticas pessoais, tornando-se progressivamente mais complexo durante a adolescência (Santrock, 2021). Paralelamente, a autoestima assume um papel protetor, estando associada a melhores indicadores de saúde mental, adaptação escolar e competências sociais, enquanto níveis reduzidos aumentam a vulnerabilidade à ansiedade, à depressão e aos comportamentos de risco (Orth & Robins, 2022).

A cultura digital veio introduzir novas dinâmicas na construção do self. As redes sociais e as plataformas digitais ampliam as possibilidades de expressão pessoal, mas também intensificam os processos de comparação social e a procura de validação externa (Valkenburg *et al.*, 2022). Nessa linha de pensamento, a televisão integra um ecossistema midiático mais vasto, em articulação com os serviços de streaming e as redes sociais. Os conteúdos midiáticos disponibilizam modelos de comportamento, sucesso, consumo e relações sociais que podem influenciar os adolescentes, embora essa influência dependa das competências críticas desenvolvidas pelos jovens e da intervenção exercida pela família e pela escola (Buckingham, 2003; Livingstone, 2014).

Dessa forma, a literatura científica reconhece o self como uma construção dinâmica, multidimensional e relacional, continuamente moldada pelas experiências individuais, pelas interações sociais e pelos diferentes contextos culturais e midiáticos.

4.2 A IDENTIDADE

A construção da identidade constitui uma das tarefas desenvolvimentais centrais da adolescência. Trata-se de um processo dinâmico por meio do qual o indivíduo procura desenvolver um sentido coerente de quem é, dos seus valores e dos seus projetos de vida, articulando as experiências da infância com as novas exigências da vida adulta (Kroger *et al.*, 2010; Steinberg, 2020).

Embora Erikson tenha associado a identidade à resolução da crise psicossocial caraterística da adolescência, a investigação contemporânea demonstra que o desenvolvimento identitário constitui um processo contínuo de exploração, compromisso e reconstrução ao longo da vida (Kroger *et al.*, 2010). Erikson (1968) defende que a identidade resulta da continuidade da experiência pessoal e do reconhecimento social, enquanto estudos posteriores evidenciam que os adolescentes exploram diferentes valores, crenças, pertenças e projetos antes de consolidarem compromissos relativamente estáveis.

Dessa forma, Luyckx *et al.* (2008) explicam que a identidade se desenvolve por meio da exploração em amplitude, da exploração em profundidade, do estabelecimento de compromissos e da identificação com esses compromissos, evidenciando que a identidade permanece aberta a sucessivas reformulações.

Para além da dimensão psicológica, a identidade constitui igualmente um fenômeno social. A família, a escola, os grupos de pares, a comunidade e os meios de comunicação influenciam a forma como os adolescentes interpretam a realidade e constroem o sentido de pertença social (Arnett, 2015).

As transformações associadas à cultura digital ampliaram esses processos, proporcionando novos espaços de autorrepresentação e participação por meio das redes sociais e das plataformas digitais (Livingstone, 2014; Valkenburg *et al.*, 2022).

Contudo, a literatura rejeita perspetivas deterministas relativamente ao papel dos meios de comunicação. Buckingham (2008) demonstra que os adolescentes interpretam criticamente os conteúdos midiáticos, articulando-os com as experiências vividas nos diferentes contextos de socialização. Do mesmo modo, os resultados do projeto EU Kids Online Portugal evidenciam que a literacia midiática, o diálogo familiar e o acompanhamento escolar favorecem uma utilização crítica e responsável dos meios digitais (Ponte *et al.*, 2019).

O sentimento de pertença aos grupos de pares constitui igualmente um elemento central na construção da identidade, fornecendo reconhecimento e apoio emocional, embora possa também favorecer processos de conformidade e comparação social (Steinberg, 2020). Nesse contexto, identidade e autoestima mantêm uma relação estreita, uma vez que uma identidade mais consistente favorece maior estabilidade emocional, enquanto dificuldades persistentes na sua construção aumentam a vulnerabilidade psicológica (Orth & Robins, 2022).

Por fim, Bauman (2000) salienta que a modernidade líquida tornou as identidades mais flexíveis e instáveis, exigindo dos adolescentes uma permanente adaptação às mudanças sociais, culturais e tecnológicas.

Assim, a literatura científica contemporânea considera que a identidade adolescente constitui uma construção histórica, social e relacional, continuamente influenciada pelas experiências pessoais e pelos diferentes contextos de socialização. A sua consolidação depende da interação entre fatores psicológicos, sociais, culturais e tecnológicos, evidenciando a necessidade de uma abordagem interdisciplinar para compreender o desenvolvimento dos adolescentes na sociedade contemporânea.

5 METODOLOGIA

5.1 NATUREZA E TIPO DE ESTUDO

O presente estudo adotou uma abordagem qualitativa, de natureza descritivo-interpretativa, por pretender compreender os significados que os adolescentes atribuem à influência da televisão na construção dos seus comportamentos. Ao contrário das abordagens quantitativas, centradas na medição de variáveis, a investigação qualitativa procura interpretar os fenômenos sociais a partir das experiências e dos discursos dos participantes nos seus contextos de vida (Creswell & Poth, 2018;

Flick, 2022). Essa opção metodológica permitiu explorar um fenômeno complexo sem estabelecer relações causais, privilegiando a compreensão das percepções e interpretações dos adolescentes.

Como complemento, recorreu-se à pesquisa bibliográfica, que sustentou o enquadramento teórico por meio da análise da literatura científica sobre adolescência, construção do self, identidade, socialização midiática e influência dos meios de comunicação.

5.2 ABORDAGEM METODOLÓGICA

A investigação desenvolveu-se segundo uma perspetiva interpretativista, considerando que a realidade social é construída por meio das interações e dos significados produzidos pelos indivíduos. Nessa perspetiva, os adolescentes são entendidos como participantes ativos, que interpretam e atribuem sentido aos conteúdos televisivos de acordo com as suas experiências pessoais, familiares, escolares e socioculturais (Buckingham, 2003; Flick, 2022).

Para a coleta de dados, recorreu-se à entrevista semiestruturada, por permitir conciliar questões previamente definidas com a flexibilidade necessária para aprofundar aspetos relevantes que emergissem durante a entrevista. Segundo Kvale e Brinkmann (2015), essa técnica é particularmente adequada para compreender percepções, experiências e significados atribuídos pelos participantes.

5.3 PARTICIPANTES E AMOSTRAGEM

Participaram da investigação 11 adolescentes, cinco do sexo masculino e seis do sexo feminino, com idades compreendidas entre os 10 e os 15 anos, faixa etária enquadrada na definição de adolescência proposta pela Organização Mundial da Saúde (WHO, 2024).

Os participantes foram selecionados por amostragem intencional, privilegiando adolescentes com contato regular com conteúdos televisivos ou audiovisuais e disponibilidade para participar voluntariamente do estudo (Patton, 2015). O objetivo não foi obter representatividade estatística, mas reunir diferentes experiências que permitissem compreender os significados atribuídos à influência da televisão. As entrevistas decorreram entre 2 e 6 de fevereiro de 2025, em contexto escolar e domiciliar, por proporcionarem condições favoráveis à comunicação e à privacidade.

5.4 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas organizadas em quatro eixos principais: caraterização dos participantes, hábitos de consumo televisivo e audiovisual,

percepções sobre os conteúdos consumidos e influência da televisão nos comportamentos, valores e formas de interação social. Todas as entrevistas foram realizadas individualmente, mediante consentimento informado dos participantes e dos respetivos responsáveis legais, assegurando o anonimato, a confidencialidade e o cumprimento dos princípios éticos da investigação.

A análise dos dados foi realizada por meio da análise temática de conteúdo, seguindo o modelo de Braun e Clarke (2022). O processo incluiu a leitura das transcrições, a codificação dos dados, a identificação e revisão das categorias temáticas e a interpretação dos resultados à luz do enquadramento teórico. Essa técnica permitiu compreender os significados construídos pelos adolescentes relativamente à influência da televisão, valorizando a diversidade das suas experiências e evitando reduzir a análise à simples quantificação das respostas.

5.5 RIGOR CIENTÍFICO

A qualidade metodológica foi assegurada com base nos critérios de credibilidade, transferibilidade, dependabilidade e confirmabilidade propostos por Lincoln e Guba (1985). A credibilidade resultou da utilização de um roteiro de entrevista estruturado e da análise sistemática dos dados; a transferibilidade foi favorecida pela descrição do contexto e dos participantes; e a dependabilidade e a confirmabilidade foram garantidas por meio da documentação de todas as fases do processo investigativo, reforçando a transparência e a consistência das interpretações produzidas.

Tabela 1. Caraterização sociodemográfica dos participantes

Nº	Sexo	Idade (anos)	Local da Entrevista	Escolaridade
1	Masculino	10	Domicílio	Ensino Primário
2	Feminino	10	Escola	Ensino Primário
3	Masculino	10	Domicílio	Ensino Primário
4	Feminino	11	Escola	Ensino Primário
5	Masculino	12	Domicílio	Ensino Secundário
6	Feminino	12	Escola	Ensino Secundário
7	Masculino	13	Escola	Ensino Secundário
8	Feminino	13	Domicílio	Ensino Secundário
9	Masculino	14	Escola	Ensino Secundário
10	Feminino	14	Domicílio	Ensino Secundário
11	Feminino	15	Escola	Ensino Secundário

Fonte: Dados da pesquisa

6 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

6.1 HÁBITOS DE CONSUMO AUDIOVISUAL E INTEGRAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO COTIDIANO DOS ADOLESCENTES

A análise dos discursos dos participantes evidencia que o consumo de conteúdos audiovisuais constitui uma prática frequente no cotidiano dos adolescentes entrevistados. Embora o estudo tenha incidido sobre a televisão, os dados coletados demonstram que esta integra um conjunto mais amplo de meios audiovisuais presentes na rotina juvenil, sendo utilizada principalmente como forma de entretenimento, lazer e ocupação do tempo livre.

Dessa análise emergiu a categoria "Consumo audiovisual como prática cotidiana de lazer e socialização", a qual revela que a televisão ocupa um espaço significativo na organização das atividades diárias, sobretudo após o período escolar. Tal realidade pode ser observada nas seguintes declarações:

> "*Claro que assisto, assisto à televisão todos os dias, principalmente quando volto da escola.*" (Adolescente n.º 7)
> "*Sim, assisto todos os dias para me distrair depois das aulas*." (Adolescente n.º 4)
> "*Assisto por aí duas a três horas por dia*." (Adolescente n.º 6)
> "*Quando chego a casa depois da escola, ligo logo a televisão para descansar e ver os meus programas preferidos*." (Adolescente n.º 1)
> "*Quase todos os dias vejo televisão com os meus irmãos, principalmente no fim da tarde*." (Adolescente n.º 2)
> "*A televisão faz parte da minha rotina. Depois de terminar os trabalhos de casa, gosto sempre de assistir um pouco*." (Adolescente n.º 3)
> "*Nos dias de aulas vejo menos tempo, mas ao fim de semana passo várias horas assistindo à televisão*." (Adolescente n.º 5)
> "*Gosto de assistir aos programas de entretenimento porque me ajudam a relaxar depois das atividades da escola*." (Adolescente n.º 8)
> "*À noite costumo reunir-me com a minha família para vermos televisão juntos antes de dormir*." (Adolescente n.º 9)
> "*Assisto quase todos os dias, porque é uma forma de ocupar o meu tempo livre quando já terminei as tarefas*." (Adolescente n.º 10)
> "*Sempre que tenho tempo livre, vejo televisão para me divertir e também para acompanhar as notícias e alguns filmes*." (Adolescente n.º 11)

Os discursos demonstram que a assistência televisiva faz parte da rotina diária dos participantes, figurando como uma atividade realizada após as aulas. Para uma parcela significativa desses adolescentes, esse momento representa uma oportunidade de descanso e entretenimento, integrando-se naturalmente ao seu cotidiano.

6.2 CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS, IDENTIFICAÇÃO SIMBÓLICA E CONSTRUÇÃO DO SELF

A segunda categoria temática decorrente da investigação diz respeito aos processos de identificação estabelecidos entre os adolescentes e os conteúdos audiovisuais que consomem. As respostas demonstram que a escolha dos programas está ligada aos interesses, às preferências e aos significados que os participantes atribuem às narrativas, às personagens e aos temas abordados. Os excertos que se seguem ilustram essa dinâmica:

> "*Assisto mais novelas e séries; as histórias é que prendem a minha atenção e, algumas vezes, até me fazem pensar em situações da vida real*." (Adolescente n.º 10)
> "*Gosto de assistir a filmes com muita ação e desenhos animados; acho que são divertidos*." (Adolescente n.º 8)
> "*Escolho o programa pelo tema; se tiver carros, lutas ou super-heróis, já fico a gostar.*" (Adolescente n.º 4)
> "*Prefiro séries de aventura porque as personagens enfrentam muitos desafios e isso desperta a minha curiosidade*." (Adolescente n.º 1)
> "*Quando vejo um filme baseado em fatos reais, sinto mais interesse porque parece que estou aprendendo alguma coisa.*" (Adolescente n.º 2)
> "*Gosto de programas de música e dança porque acompanho os artistas e me identifico com o estilo deles*." (Adolescente n.º 3)
> "*Vejo mais filmes de comédia porque me fazem rir e ajudam-me a esquecer um pouco os problemas do dia a dia.*" (Adolescente n.º 5)
> "*Escolho as séries que os meus amigos também assistem, porque depois conversamos sobre os episódios na escola.*" (Adolescente n.º 6)
> "*Os desenhos animados e os filmes de animação chamam mais a minha atenção pelas personagens e pelas aventuras que apresentam.*" (Adolescente n.º 7)
> "*Gosto de documentários sobre animais e natureza porque mostram coisas que eu não conhecia e despertam a minha curiosidade.*" (Adolescente n.º 9)
> "*Normalmente assisto aos programas que têm histórias parecidas com a vida dos jovens, porque consigo me identificar com algumas situações.*" (Adolescente n.º 11)

Os resultados revelam que os adolescentes não constituem um grupo homogêneo nos seus hábitos de consumo audiovisual. Possuem, pelo contrário, preferências bastante diversificadas, demonstrando um acentuado interesse por novelas, séries, filmes de ação, desenhos animados e produções épicas relacionadas com aventuras e super-heróis. Essas preferências mostram que a seleção de conteúdos obedece a critérios de gosto pessoal e de identificação temática, isto é, aos temas que mais despertam a sua atenção.

As respostas evidenciam igualmente o estabelecimento de vínculos com as histórias e personagens dos programas a que assistem. Enquanto alguns adolescentes relatam que certas narrativas os levam a refletir sobre o mundo real, outros privilegiam o entretenimento proporcionado pelos conteúdos audiovisuais.

Assim, essa categoria demonstra que a televisão ocupa um lugar central e estruturante nas vivências desses adolescentes. Longe de serem receptores passivos e indiferenciados, fazem escolhas em relação ao seu próprio entretenimento, de acordo com os seus interesses e preferências, estabelecendo diferentes níveis de identificação com os conteúdos consumidos.

6.3 MEIOS DE COMUNICAÇÃO, VALORES E PROCESSOS DE SOCIALIZAÇÃO

No que concerne à terceira categoria analítica, o foco recai sobre os significados atribuídos pelos adolescentes ao papel da televisão na aprendizagem de valores e comportamentos. As respostas evidenciam que os participantes reconhecem tanto aspetos positivos como negativos nos conteúdos audiovisuais, distinguindo programas considerados educativos daqueles que avaliam como inadequados. Esse raciocínio é ilustrado pelas seguintes declarações:

> "*A televisão ensina muitas coisas boas, como respeitar os mais velhos e ajudar as outras pessoas, mas também mostra coisas que não devemos fazer*." (Adolescente n.º 1)
> "*Quando vejo programas educativos, aprendo como devo comportar-me na escola e em casa. Mas alguns filmes ensinam violência e isso não é bom.*" (Adolescente n.º 2)
> "*Há programas que ajudam a aprender a estudar, a cuidar da saúde e a respeitar os outros. Também existem programas que mostram muitas brigas e palavras feias.*" (Adolescente n.º 3)
> "*Depende do programa que a pessoa vê. Se for um programa educativo, aprendemos coisas boas, mas, se for um programa de violência, podemos querer imitar.*" (Adolescente n.º 4)
> "*A televisão pode influenciar as crianças a praticar más ações ou boas ações (...). Hoje vemos muitas crianças que lutam com os irmãos, praticando aquilo que viram na televisão, mas outras aprendem boas coisas.*" (Adolescente n.º 5)
> "*Eu aprendi algumas regras de convivência e de educação através da televisão. Também vejo que algumas pessoas copiam comportamentos errados que aparecem nos filmes.*" (Adolescente n.º 6)
> "*A televisão tem vantagens e desvantagens. (...) Quando apresenta coisas educativas, é para nós vermos, como a Kanuca TV, o Panda Kid ou o Canal Panda, mas os outros canais que apresentam pessoas a ofenderem não são para nós*." (Adolescente n.º 7)
> "*Os desenhos e alguns programas infantis ensinam a respeitar os colegas, a proteger o ambiente e a obedecer aos pais, mas nem todos os programas são bons para a nossa idade.*" (Adolescente n.º 8)
> "*Sim, acho que influencia, porque há algumas coisas que pratico e vejo na televisão. Às vezes são positivas, às vezes são negativas.*" (Adolescente n.º 9)
> "*A televisão pode ensinar coisas importantes para a nossa vida, mas devemos escolher bem o que assistir, porque nem tudo o que aparece serve de exemplo.*" (Adolescente n.º 10)
> "*Aprendemos os direitos da criança e os deveres da criança.*" (Adolescente n.º 11)

Essas respostas sublinham a noção de que os adolescentes percebem a televisão como um meio que pode contribuir para a aprendizagem de conhecimentos, valores e normas de convivência. Alguns participantes destacam programas educativos como fontes de informação e aprendizagem, enquanto

outros reconhecem que determinados conteúdos podem incentivar comportamentos considerados inadequados.

Os discursos revelam ainda que os participantes são capazes de diferenciar conteúdos que julgam benéficos daqueles que consideram prejudiciais, evidenciando uma percepção crítica sobre os programas a que assistem. Entre os aspetos positivos mencionados, destacam-se a aprendizagem dos direitos e deveres da criança, bem como a aquisição de conhecimentos úteis para o cotidiano.

Dessa forma, os resultados indicam que os adolescentes atribuem diferentes significados aos conteúdos audiovisuais, reconhecendo que estes podem contribuir tanto para a aprendizagem de valores positivos como para a exposição a comportamentos negativos. Assim, essa categoria evidencia que a televisão é percebida pelos participantes como um meio que influencia as suas experiências de aprendizagem e socialização, ainda que essa influência varie em função do tipo de conteúdo consumido.

6.4 CONSUMO AUDIOVISUAL, MEDIAÇÃO FAMILIAR E PROCESSOS CONTEMPORÂNEOS DE SOCIALIZAÇÃO

Por fim, a quarta categoria temática concentra-se nas percepções dos participantes acerca dos grupos que mais assistem à televisão e dos contextos em que esse consumo ocorre. As respostas evidenciam que os adolescentes associam uma maior exposição aos conteúdos audiovisuais ao tempo disponível em casa, sobretudo durante a ausência dos pais ou de outros adultos. Os seguintes depoimentos ilustram essa categoria:

> "*Os adolescentes passam muito tempo em casa e acabam por ver televisão quase todos os dias, principalmente quando estão de férias.*" (Adolescente n.º 4)
> "*Quando os pais saem para trabalhar, muitas crianças ficam a ver televisão até eles regressarem.*" (Adolescente n.º 5)
> "*A televisão faz companhia às crianças quando ficam sozinhas em casa ou com os irmãos mais novos.*" (Adolescente n.º 6)
> "*Os adolescentes gostam de acompanhar novelas, filmes e desenhos porque têm mais tempo livre durante o dia.*" (Adolescente n.º 7)
> "*Quem vê mais televisão são as crianças e os adolescentes, porque os adultos passam a maior parte do tempo no trabalho.*" (Adolescente n.º 8)
> "*Em muitas casas, depois da escola, os adolescentes ligam logo a televisão enquanto esperam pelos pais.*" (Adolescente n.º 9)
> "*Acho que os adolescentes assistem mais à televisão porque ainda dependem dos pais e permanecem mais tempo em casa.*" (Adolescente n.º 10)
> "*As crianças e os adolescentes costumam ver mais televisão porque têm mais tempo disponível e menos responsabilidades do que os adultos.*" (Adolescente n.º 11)

As respostas revelam que os participantes relacionam o consumo televisivo com a organização da rotina familiar. Para os entrevistados, a permanência em casa durante o tempo livre favorece o acesso à televisão, que passa a constituir uma das principais formas de entretenimento.

Os discursos também indicam que as crianças e os adolescentes são percebidos como os grupos que mais recorrem à televisão, sobretudo quando dispõem de mais tempo livre ou permanecem sem outras atividades. Essa percepção demonstra que o contexto familiar influencia os hábitos de consumo audiovisual dos participantes.

Além disso, verifica-se que a televisão integra o cotidiano doméstico dos adolescentes, fazendo parte das atividades realizadas nos momentos de lazer. Os entrevistados reconhecem que o consumo de conteúdos audiovisuais ocorre principalmente em casa, onde a televisão é utilizada como forma de ocupação do tempo e de entretenimento.

Em linhas gerais, os resultados dessa categoria evidenciam que o consumo audiovisual está relacionado com as rotinas familiares e com a disponibilidade de tempo dos adolescentes. As respostas mostram que a televisão continua a ocupar um espaço importante no ambiente doméstico, constituindo um dos meios de entretenimento mais utilizados pelos participantes no seu cotidiano.

7 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As informações obtidas nesta investigação destacam que o consumo de conteúdos audiovisuais constitui uma prática amplamente integrada no cotidiano dos adolescentes, assumindo um papel relevante nos seus momentos de lazer, socialização, aprendizagem e construção de referências simbólicas. Embora o estudo tenha tomado a televisão como objeto de análise, os discursos dos participantes revelam uma experiência midiática mais abrangente, caraterística do atual contexto de convergência entre televisão, plataformas digitais e outros meios audiovisuais, conforme descrito por Jenkins (2006). Nesse cenário, mais do que quantificar o tempo de exposição aos conteúdos, torna-se fundamental compreender os significados que os adolescentes lhes atribuem e a forma como estes se articulam com suas experiências sociais.

Os dados apontam que a televisão continua a ocupar um espaço importante na organização do tempo livre dos adolescentes, sendo frequentemente associada ao descanso, ao entretenimento e à ocupação dos períodos posteriores às atividades escolares. Todavia, essa prática não deve ser compreendida como uma forma de consumo passivo. Conforme defende Buckingham (2003), os adolescentes estabelecem uma relação ativa com as mídias, selecionando conteúdos de acordo com

seus interesses, necessidades e contextos de vida. Nessa perspetiva, a utilização da televisão constitui uma prática cultural que envolve escolhas, preferências e processos de interpretação, contrariando as abordagens deterministas que atribuem aos meios de comunicação um poder direto sobre os comportamentos juvenis.

A análise dos dados evidencia igualmente que alguns participantes permanecem durante várias horas consumindo conteúdos audiovisuais. Contudo, esse aspeto, por si só, não permite concluir que exista uma influência negativa sobre o comportamento dos adolescentes. A literatura contemporânea demonstra que os efeitos das mídias dependem menos do tempo de exposição do que da qualidade dos conteúdos consumidos, das competências de literacia midiática e da mediação exercida pela família e pela escola (Livingstone, 2014; Valkenburg *et al.*, 2022). Assim, o consumo prolongado pode representar momentos de lazer, convivência familiar ou participação nas atuais culturas juvenis digitais, não constituindo, isoladamente, um indicador de risco comportamental.

Outro aspeto relevante evidenciado pelos resultados refere-se às preferências manifestadas pelos adolescentes em relação aos conteúdos audiovisuais. A preferência por novelas, séries, filmes de ação, desenhos animados e programas relacionados à aventura demonstra que os participantes selecionam os conteúdos de acordo com seus interesses e experiências pessoais. Em muitos casos, os adolescentes referem que determinadas histórias e personagens despertam emoções ou os levam a refletir sobre situações da vida real, indicando que os conteúdos audiovisuais funcionam como importantes referências simbólicas.

Essa interpretação estabelece um paralelismo com as perspetivas contemporâneas sobre identidade e desenvolvimento na adolescência, segundo as quais a construção do self constitui um processo dinâmico, relacional e socialmente mediado (Valkenburg & Piotrowski, 2017; Livingstone, 2014). Os adolescentes não assimilam passivamente as mensagens midiáticas; pelo contrário, selecionam, interpretam e atribuem significados às narrativas de acordo com suas vivências, relações sociais e contextos culturais. Nessa perspetiva, personagens e narrativas audiovisuais constituem recursos simbólicos que podem favorecer processos de reflexão sobre si próprios, sobre os outros e sobre a realidade social, sem implicarem necessariamente a reprodução dos comportamentos observados.

É importante destacar que os dados permitem constatar que os participantes reconhecem a existência de conteúdos considerados educativos e de outros identificados como inadequados. Ao distinguirem programas que contribuem para a aprendizagem de direitos, deveres e valores daqueles

que apresentam comportamentos ofensivos ou violentos, os adolescentes demonstram capacidade para avaliar criticamente os conteúdos que consomem. Esse resultado afasta-se das concepções clássicas dos efeitos diretos das mídias e aproxima-se das abordagens atuais dos Estudos de Mídia, que defendem que a recepção midiática constitui um processo ativo de seleção, interpretação e negociação de significados (Buckingham, 2019; Livingstone & Third, 2017).

Nesse sentido, os conteúdos audiovisuais podem favorecer processos de aprendizagem e socialização, funcionando como espaços de circulação de valores, normas e representações sociais. Contudo, os resultados indicam que essas referências não são incorporadas automaticamente pelos adolescentes. A influência das mídias revela-se condicionada pelas experiências individuais, pela literacia midiática e pelos processos de mediação exercidos pela família, pela escola e pelos grupos de pares. Essa interpretação é corroborada pelos resultados do projeto EU Kids Online, que demonstram que os efeitos das mídias variam de acordo com o contexto social e com as competências desenvolvidas pelos jovens para interpretar criticamente os conteúdos consumidos (Ponte *et al.*, 2019).

Outro aspeto relevante identificado nesta investigação refere-se ao papel desempenhado pela família na organização das práticas midiáticas. Os participantes associam uma maior exposição aos conteúdos audiovisuais aos períodos em que permanecem em casa durante a ausência dos pais ou de outros adultos. Esse resultado evidencia que o consumo televisivo não depende exclusivamente das preferências individuais, mas também das rotinas familiares, da disponibilidade de tempo e das condições concretas de acesso aos meios audiovisuais.

Essa constatação converge com as abordagens contemporâneas da socialização, segundo as quais a família continua a desempenhar um papel central na transmissão de normas, valores e referências culturais, ainda que esse processo ocorra atualmente em permanente interação com as mídias e os ambientes digitais (Livingstone & Third, 2017; Livingstone, Mascheroni, & Staksrud, 2018). Desse modo, as mídias audiovisuais não substituem os agentes tradicionais de socialização, mas passam a integrar uma ecologia social mais ampla, na qual família, escola, grupos de pares e tecnologias digitais atuam de forma complementar na formação dos adolescentes.

Os resultados permitem compreender que os hábitos de consumo audiovisual são influenciados por fatores sociais, familiares e culturais. As práticas midiáticas observadas decorrem das experiências vividas pelos adolescentes e das oportunidades de acesso aos conteúdos, reforçando a compreensão de que o consumo das mídias constitui uma prática socialmente construída. Essa perspetiva é igualmente defendida por Mascheroni *et al.* (2021), ao demonstrarem que as desigualdades de acesso, as dinâmicas

familiares e os contextos culturais influenciam significativamente as experiências midiáticas das crianças e dos adolescentes.

Em suma, os resultados desta investigação permitem concluir que a influência das mídias audiovisuais na construção comportamental dos adolescentes não pode ser compreendida a partir de modelos lineares de causa e efeito. Os conteúdos consumidos participam da construção de referências culturais, identidades, valores e formas de interpretar a realidade, mas seus efeitos revelam-se essencialmente relacionais, contextuais e mediados pelas interações estabelecidas com a família, a escola e os grupos de pares. Assim, os adolescentes afirmam-se como sujeitos ativos na interpretação dos conteúdos audiovisuais, selecionando, negociando e ressignificando as mensagens de acordo com suas experiências e contextos de vida, em consonância com as abordagens contemporâneas da Sociologia da Infância e dos Estudos de Mídia.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As evidências obtidas durante a investigação indicam que a influência da televisão na construção comportamental dos adolescentes não pode ser compreendida segundo uma lógica linear de causa e efeito. Os conteúdos audiovisuais constituem importantes recursos simbólicos que participam da construção de significados, da formação da identidade e dos processos de aprendizagem social. Contudo, sua influência revela-se dinâmica e contextual, sendo permanentemente mediada pelas interações estabelecidas entre os adolescentes, a família, a escola, os grupos de pares e os diferentes contextos socioculturais.

A análise dos discursos evidencia que os adolescentes desempenham um papel ativo na recepção dos conteúdos midiáticos, selecionando, interpretando e atribuindo significados às mensagens de acordo com suas experiências e referências culturais. Os participantes demonstraram capacidade para distinguir conteúdos educativos daqueles considerados inadequados, reconhecendo que as mídias podem favorecer tanto a aprendizagem de valores, competências sociais e direitos de cidadania quanto a exposição a modelos comportamentais potencialmente problemáticos. Esses resultados corroboram as perspetivas contemporâneas dos Estudos de Mídia e da Sociologia da Infância, segundo as quais crianças e adolescentes não são receptores passivos, mas agentes sociais capazes de interpretar criticamente os conteúdos que consomem.

Do ponto de vista teórico, o estudo reforça as contribuições das abordagens contemporâneas da Sociologia da Infância, dos Estudos de Mídia e da Comunicação Digital para a compreensão da relação

entre mídias, socialização e construção da identidade. Os resultados confirmam que os conteúdos audiovisuais funcionam como recursos culturais mobilizados pelos adolescentes na construção de significados sobre si próprios e sobre o mundo social, sem substituírem o papel estruturante da família, da escola e dos grupos de pares. A construção comportamental deve, por isso, ser entendida como um fenômeno multidimensional, resultante da interação entre fatores individuais, familiares, escolares, culturais e midiáticos (Livingstone & Third, 2017; Mascheroni *et al.*, 2021; Valkenburg *et al.*, 2022).

Em termos práticos, os resultados evidenciam a importância de promover programas de educação para as mídias que reforcem a literacia midiática e o pensamento crítico dos adolescentes, envolvendo simultaneamente a família e a escola como agentes fundamentais de mediação. Embora a natureza qualitativa da investigação e a dimensão da amostra não permitam generalizações estatísticas, o estudo oferece contribuições relevantes para a compreensão dos processos contemporâneos de socialização midiática e constitui uma base sólida para futuras investigações que integrem metodologias mistas, amostras mais amplas e a análise das plataformas digitais que atualmente complementam e, muitas vezes, ultrapassam a televisão como principal ambiente de consumo audiovisual entre os adolescentes.

REFERÊNCIAS

AMERICAN PSYCHOLOGICAL ASSOCIATION. Resolution on violent video games. 2020. Disponível em: https://www.apa.org. Acesso em: 25 out. 2026.

ARNETT, J. J. Emerging adulthood: the winding road from the late teens through the twenties. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 2015.

BANDURA, A. Social cognitive theory of mass communication. Media Psychology, v. 3, n. 3, p. 265–299, 2001. DOI: https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03.

BAUMAN, Z. Liquid modernity. Cambridge: Polity Press, 2000.

BRAUN, V.; CLARKE, V. Thematic analysis: a practical guide. London: SAGE Publications, 2022.

BRONFENBRENNER, U.; MORRIS, P. A. The bioecological model of human development. In: DAMON, W.; LERNER, R. M. (ed.). Handbook of child psychology. 6. ed. Hoboken: Wiley, 2006. v. 1, p. 793–828.

BUCKINGHAM, D. Media education: literacy, learning and contemporary culture. Cambridge: Polity Press, 2003.

BUCKINGHAM, D. Youth, identity, and digital media. Cambridge: MIT Press, 2008.

BUCKINGHAM, D. The media education manifesto. Cambridge: Polity Press, 2019.

CASTELLS, M. The rise of the network society. 2. ed. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010.

CRESWELL, J. W.; POTH, C. N. Qualitative inquiry and research design: choosing among five approaches. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2018.

ERIKSON, E. H. Identity: youth and crisis. New York: W. W. Norton, 1968.

FLICK, U. An introduction to qualitative research. 7. ed. London: SAGE Publications, 2022.

HARTER, S. The construction of the self: developmental and sociocultural foundations. 2. ed. New York: Guilford Press, 2015.

ITO, M. *et al.* The connected learning research network: reflections on a decade of engaged scholarship. [S. l.]: Connected Learning Alliance, 2020.

JENKINS, H. Convergence culture: where old and new media collide. New York: New York University Press, 2006.

KROGER, J.; MARTINUSSEN, M.; MARCIA, J. E. Identity status change during adolescence and young adulthood: a meta-analysis. Journal of Adolescence, v. 33, n. 5, p. 683–698, 2010. DOI: https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2009.11.002.

KVALE, S.; BRINKMANN, S. InterViews: learning the craft of qualitative research interviewing. 3. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2015.

LINCOLN, Y. S.; GUBA, E. G. Naturalistic inquiry. Beverly Hills: SAGE Publications, 1985.

LIVINGSTONE, S. Developing social media literacy: how children learn to interpret risky opportunities on social network sites. Communications, v. 39, n. 3, p. 283–303, 2014. DOI: https://doi.org/10.1515/commun-2014-0113.

LIVINGSTONE, S.; MASCHERONI, G.; STAKSRUD, E. European research on children's internet use: assessing the past and anticipating the future. New Media & Society, v. 20, n. 3, p. 1103–1122, 2018. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444816685930.

LIVINGSTONE, S.; THIRD, A. Children and young people's rights in the digital age: an emerging agenda. New Media & Society, v. 19, n. 5, p. 657–670, 2017. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444816686318.

LUYCKX, K. *et al.* Capturing ruminative exploration: extending the four-dimensional model of identity formation in late adolescence. Journal of Research in Personality, v. 42, n. 1, p. 58–82, 2008.

MASCHERONI, G.; PONTE, C.; JORGE, A. Digital parenting: the challenges for families in the digital age. Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg, 2021.

ORTH, U.; ROBINS, R. W. Development of self-esteem across the life span. Annual Review of Developmental Psychology, v. 4, p. 1–24, 2022.

PATTON, M. Q. Qualitative research & evaluation methods: integrating theory and practice. 4. ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2015.

PONTE, C. *et al.* EU Kids Online Portugal: usos, competências, riscos e mediações da Internet reportados por crianças e jovens (9–17 anos). Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade NOVA de Lisboa, 2019.

ROBERTSON, R. Glocalization: time-space and homogeneity-heterogeneity. In: FEATHERSTONE, M.; LASH, S.; ROBERTSON, R. (ed.). Global modernities. London: SAGE Publications, 1995. p. 25–44.

SANTROCK, J. W. Adolescence. 17. ed. New York: McGraw-Hill, 2021.

SCHWARTZ, S. J.; LUYCKX, K.; VIGNOLES, V. L. (ed.). Handbook of identity theory and research. New York: Springer, 2013.

SCOLARI, C. A. Teens, media and collaborative cultures: exploiting teens' transmedia skills in the classroom. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2018.

STEINBERG, L. Adolescence. 12. ed. New York: McGraw-Hill, 2020.

VALKENBURG, P. M.; MEIER, A.; BEYENS, I. Social media use and its impact on adolescent mental health: an umbrella review. Current Opinion in Psychology, v. 44, p. 58–68, 2022.

VALKENBURG, P. M.; PIOTROWSKI, J. T. Plugged in: how media attract and affect youth. New Haven: Yale University Press, 2017.

VYGOTSKY, L. S. Mind in society: the development of higher psychological processes. Cambridge: Harvard University Press, 1978.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. Adolescent health. 2024. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/adolescent-health. Acesso em: 25 out. 2026.

