U.PORTO

MESTRADO EM PSICOLOGIA
PSICOLOGIA DA EDUCAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO HUMANO

O consumo de conteúdos *media* de curta duração na adolescência: um estudo qualitativo

Inês Souteiro Bastos Alvim Serra

M

2026

Universidade do Porto

Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação

O CONSUMO DE CONTEÚDOS *MEDIA* DE CURTA DURAÇÃO NA ADOLESCÊNCIA: UM ESTUDO QUALITATIVO

Inês Souteiro Bastos Alvim Serra

Outubro 2026

Dissertação apresentada no Mestrado em Psicologia, área de especialização de Psicologia da Educação e do Desenvolvimento Humano, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, orientada pela Doutora ***Ana Camacho*** (FPCEUP) e coorientada pela Professora Doutora ***Joana Cadima*** (FPCEUP).

AVISOS LEGAIS

O conteúdo desta dissertação reflete as perspetivas, o trabalho e as interpretações da autora no momento da sua entrega. Esta dissertação pode conter incorreções, tanto concetuais como metodológicas, que podem ter sido identificadas em momento posterior ao da sua entrega. Por conseguinte, qualquer utilização dos seus conteúdos deve ser exercida com cautela.

Ao entregar esta dissertação, a autora declara que a mesma é resultante do seu próprio trabalho, contém contributos originais e são reconhecidas todas as fontes utilizadas, encontrando-se tais fontes devidamente citadas no corpo do texto e identificadas na secção de referências. A autora declara, ainda, que não divulga na presente dissertação quaisquer conteúdos cuja reprodução esteja vedada por direitos de autor ou de propriedade industrial.

Sem prejuízo do disposto anteriormente, a autora declara que recorreu a ferramentas de Inteligência Artificial durante o processo de elaboração deste trabalho. Em particular, utilizou-se o ChatGPT e o NotebookLM como apoio ao processo de elaboração do trabalho, incluindo a revisão textual, a organização de conteúdos, a síntese de informação e outras tarefas de suporte à escrita académica. O recurso a esta ferramenta limitou-se aos usos descritos, mantendo-se as ideias, a análise, a interpretação dos resultados, a elaboração científica e a redação inicial da Dissertação integralmente da responsabilidade do autor.

Agradecimentos

Quero começar por agradecer à Doutora Ana Camacho, minha Orientadora que, ao longo de mais de um ano foi paciente e aberta a diferentes ideias que fui propondo, garantindo sempre que eu me encontrava no caminho certo. Neste caminho juntou-se a Professora Doutora Joana Cadima, que foi também uma peça fulcral para que eu pudesse terminar a minha dissertação com sucesso e parcimónia. A estas duas fantásticas professoras, que me inspiram imensamente dentro da área de educação, o meu mais sincero obrigada.

Quero agradecer à minha família, particularmente aos meus pais, Ana e Miguel, que ao longo dos últimos cinco anos sempre acreditaram em mim e demonstraram profundo orgulho, dando-me a confiança necessária para alcançar os meus sonhos. Nesta última etapa, agradeço especialmente que me tenham dado a mão quando precisei. Agradeço à minha pequena irmã, Clara, por me motivar a ser todos os dias um melhor exemplo para ela. Agradeço aos meus avós, que tanto cuidaram de mim, e que são exemplos de percursos académicos e profissionais concluídos com incríveis feitos, especialmente ao meu avô Luís, que teria gostado mais de presenciar a minha defesa de mestrado do que o meu casamento, como deve ser.

Ao Miguel, meu namorado, agradeço a companhia nas noites em branco, agradeço o carinho quando precisei, agradeço o apoio incondicional, agradeço todas as ajudas, mas acima de tudo, agradeço por ter vivido estes anos comigo, e ir viver todos os que estarão por vir. Ao meu maior Amor, o meu mais profundo obrigada.

À Catarina, minha grande amiga, agradeço por mais uma vez termos vivido uma fase juntas. Agradeço-lhe pela distração e pelo foco, por ser tudo o que preciso quando preciso, mesmo quando não estamos juntas, agradeço o conforto que recebo sabendo que a próxima vez não estará a mais do que uma rua Mártires da Liberdade de distância.

Aos meus amigos: ao grupo de 8 pessoas que tem um nome, à function, aos quatro do costume, ao meu ano, e a tantos outros com que o meu caminho se cruzou, agradeço por todos os momentos, todas as risadas e por vezes choros, que tornaram estes anos tão especiais para mim. Deixo um agradecimento especial ao Johny, à Rita, à Tita, à Tuxa e ao Zé, os meus amores de estudante, que mais me deram apoio nesta fase.

Ao NAPCEUP, à minha madrinha, às minhas afilhadas, e por último mas não menos importante, aos meus Mestres, agradeço do fundo do meu coração por terem pintado estes cinco anos de laranja, e por adicionarem tanto significado ao inicio, meio e agora fim do meu percurso.

Resumo

O presente estudo procurou compreender a utilização de *short-form media* por adolescentes, explorando os seus padrões e motivos de consumo, estratégias de autorregulação, impactos e influências percebidos, bem como o papel da família e da escola na regulação deste uso. Participaram nove adolescentes portugueses, com idades entre os 13 e os 15 anos, que responderam a entrevistas semiestruturadas. Os dados foram analisados através de análise temática, seguindo as orientações de Braun e Clarke (2006), com alguns procedimentos inspirados na análise categorial de Bardin (2011). Os resultados mostraram que o consumo de conteúdos media de curta duração se encontra integrado nas rotinas quotidianas dos participantes, surgindo sobretudo associado ao tédio, ao cansaço e a períodos de menor atividade. Foram frequentes referências à dificuldade em interromper o consumo, ao uso automático e à perda da noção do tempo, coexistindo com diferentes estratégias de autocontrolo As dificuldades percebidas em manter a atenção durante períodos prolongados noutras atividades, nomeadamente nas aulas, em conversas ou perante conteúdos mais longos, constituíram o impacto mais transversal deste formato de conteúdo, tendo sido também identificadas consequências ao nível do estudo, sono, interações sociais e bem-estar. Os participantes reconheceram ainda influência destes conteúdos nas compras, gostos, opiniões e autoimagem, embora tendessem a atribuir efeitos mais negativos aos outros jovens do que a si próprios. Os resultados evidenciam uma relação complexa e ambivalente com estes conteúdos e reforçam a importância de estratégias de literacia digital e regulação que promovam progressivamente a autonomia dos adolescentes.

Palavras-chave: Media de curta duração; Adolescentes; Redes sociais; Autorregulação; Hábitos de consumo digital.

Abstract

This study aimed to understand adolescents' use of short-form media, exploring their consumption patterns and motivations, self-regulation strategies, perceived impacts and influences, as well as the role of family and school in regulating this use. Nine Portuguese adolescents aged between 13 and 15 years participated in semi-structured interviews. Data were analysed using thematic analysis, following the guidelines of Braun and Clarke (2006), with some procedures inspired by Bardin's (2011) categorical analysis. The results showed that short-form media consumption is integrated into participants' daily routines and is particularly associated with boredom, tiredness, and periods of lower activity. References to difficulties in stopping consumption, automatic use, and losing track of time were frequent, alongside different self-control strategies. Perceived difficulties in sustaining attention for prolonged periods during other activities, particularly in class, conversations, or when engaging with longer-form content, emerged as the most widespread perceived impact of this type of content. Consequences related to studying, sleep, social interactions, and well-being were also identified. Participants also recognized the influence of this content on purchases, preferences, opinions, and self-image, although they tended to attribute more negative effects to other young people than to themselves. The findings highlight a complex and ambivalent relationship with short-form media and reinforce the importance of digital literacy and regulatory strategies that progressively promote adolescents' autonomy.

Keywords: Short-form media; Adolescents; Social media; Self-regulation; Digital media use habits.

1. Introdução

Nas últimas décadas, as tecnologias digitais têm assumido uma presença crescente no quotidiano dos adolescentes, integrando-se progressivamente mais nas suas rotinas (Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025). O uso de smartphones e redes sociais encontra-se, atualmente, generalizado entre os jovens, constituindo um meio privilegiado de entretenimento, comunicação e contacto social (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020). Paralelamente, também as formas de consumo de conteúdos digitais têm vindo a sofrer alterações, verificando-se um crescimento do consumo de conteúdos audiovisuais muito breves (Langlais et al., 2025; Lu et al., 2022). Neste panorama, os *short-form media* (doravante referidos como media de curta duração) têm ganho crescente popularidade, destacando-se plataformas como o TikTok, Instagram Reels e YouTube Shorts.

A adolescência constitui uma fase especialmente relevante para compreender a relação com os meios digitais, uma vez que estes assumem um papel importante em diferentes dimensões do desenvolvimento e do quotidiano dos jovens (Conte et al., 2025; Hernández-Serrano et al., 2022). Para além do entretenimento, as plataformas digitais constituem espaços de socialização e interação com os pares, de exploração e construção de interesses e de expressão da própria identidade (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Hernández-Serrano et al., 2022). A crescente presença dos media de curta duração no quotidiano dos adolescentes apresenta, contudo, um carácter ambivalente: se, por um lado, estes conteúdos proporcionam oportunidades de desenvolvimento, por outro, o seu consumo tem sido associado a dificuldades na gestão do tempo e da atenção, ao uso automático e à dificuldade em interromper a utilização (Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025). Neste sentido, torna-se relevante compreender a relação dos adolescentes com estes conteúdos a partir da sua própria perspetiva, não a limitando a indicadores quantitativos, como o tempo de utilização. A forma como os jovens descrevem as suas motivações, experiências e consequências associadas ao consumo dos media de curta duração permite compreender de forma mais aprofundada a complexidade e a ambivalência desta relação (Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025).

1.1 Características Particulares das Plataformas de Media de Curta Duração

As plataformas de media de curta duração, como o TikTok, o YouTube Shorts e o Instagram Reels, caracterizam-se pela apresentação de vídeos muito breves e pela navegação

rápida entre conteúdos (Asif & Kazi, 2024; Chen et al., 2023). Estas plataformas recorrem ainda a algoritmos de recomendação personalizados, que contribuem para uma experiência contínua e imersiva e podem favorecer o consumo repetido (Chen et al., 2023).

O algoritmo assume ainda um papel central, recolhendo e processando informações relativas ao comportamento, preferências, pesquisas e hábitos de navegação do utilizador (Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023), a partir das quais é construído um *feed* progressivamente adaptado aos seus interesses e comportamentos (Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025). Esta personalização pode favorecer a continuidade do consumo e dificultar a sua autorregulação (Conte et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023).

1.2 O Consumo de Media na Adolescência

No que toca ao contacto online contínuo com amigos e outros, o Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) (2023) reportou, entre os adolescentes portugueses de 15 anos, uma prevalência de 56% nas raparigas e 49% nos rapazes, encontrando-se Portugal acima da média dos países analisados. Relativamente ao uso problemático de redes sociais, caracterizado pela resposta positiva a seis ou mais itens de um questionário sobre sintomas aditivos, foram observadas prevalências de 10% nas raparigas e 7% nos rapazes da mesma idade. Neste parâmetro, Portugal encontra-se mais próximo da média dos países analisados, no limite inferior.

Dias e Duarte (2022) analisaram especificamente o uso do TikTok entre adolescentes portugueses. O estudo reporta que, em 2020, 28% dos jovens entre os 13 e os 16 anos consideravam utilizar o TikTok excessivamente. Importa, no entanto, considerar que estes dados foram recolhidos num período em que a utilização da plataforma ainda se encontrava em rápida expansão, tendo o TikTok registado um crescimento acentuado nos anos seguintes (Langlais et al., 2025). Este crescimento ilustra a rapidez com que os padrões de utilização destas plataformas se podem alterar, dificultando a generalização de dados obtidos num determinado momento para períodos posteriores. Relativamente aos conteúdos consumidos, Dias e Duarte (2022) identificaram as coreografias, os conteúdos de humor e a música como os preferidos pelos adolescentes desta faixa etária.

1.3 Dificuldades de Regulação e Consequências

A dificuldade em controlar o tempo de utilização constitui uma característica frequentemente associada ao consumo de media de curta duração na adolescência. Os adolescentes encontram-se numa fase de desenvolvimento em que os mecanismos de autocontrolo e autorregulação ainda não estão plenamente consolidados, podendo apresentar dificuldades em limitar autonomamente o tempo passado nestas plataformas (Casey et al., 2008). Esta dificuldade pode ser reforçada pelas características das próprias aplicações, que favorecem uma experiência imersiva e uma menor perceção do tempo decorrido.

O recurso a estas plataformas pode ainda funcionar como forma de regulação emocional em situações de tédio e stress (Langlais et al., 2025), favorecendo o regresso à aplicação perante o desconforto ou a ausência de estímulos (Lu et al., 2022). Esta dificuldade de autorregulação pode refletir-se ainda nas rotinas dos adolescentes, nomeadamente através da procrastinação ou do prolongamento do consumo durante o período noturno (Langlais et al., 2025; Souza & Cunha, 2019).

A interação entre o consumo de media de curta duração e a atenção tem sido associada às características rápidas e estimulantes destes conteúdos. A literatura sobre media de ritmo acelerado sugere que a exposição frequente a cortes e mudanças de estímulo pode favorecer um padrão de atenção caracterizado pela mudança frequente de foco, dificultando posteriormente tarefas que exigem atenção sustentada (Nikkelen et al., 2014). No caso específico dos media de curta duração, estas plataformas são identificadas pelos próprios adolescentes como uma fonte de distração e procrastinação, nomeadamente durante o estudo (Langlais et al., 2025; Lu et al., 2022), tendo o seu uso problemático sido ainda associado a dificuldades no controlo atencional e a um pior desempenho da memória de trabalho (Pedrouzo & Krynski, 2023).

O consumo de media de curta duração ocorre também frequentemente em simultâneo ou alternadamente com outras atividades, podendo interferir com aquelas que exigem uma atenção mais prolongada. Durante o estudo ou a realização de tarefas escolares, a alternância entre os conteúdos digitais e a atividade realizada pode dificultar a manutenção do foco, tendo sido associada a dificuldades de aprendizagem, falhas de memória e pior desempenho académico (Pedrouzo & Krynski, 2023). Para além disso, a utilização deste tipo de media como estratégia de pausa durante o estudo pode produzir um efeito contrário ao esperado. Dora et al. (2021) observaram uma associação entre o uso de telemóvel como mecanismo de pausa durante

tarefas exigentes e o aumento dos níveis de fadiga e tédio no retorno à tarefa. Para além disso, o elevado estímulo e imersão deste tipo de conteúdos estão associados a perda de interesse e aumento do tédio em atividades quotidianas como o estudo (Lu et al., 2022). No caso do TikTok, um maior tempo de utilização foi associado a menor capacidade percebida de estabelecer limites ao consumo, num estudo transversal que não permite determinar a direção desta relação (Virós-Martín et al., 2024).

Contudo, as consequências associadas ao consumo de media de curta duração estendem-se para além da atenção e da organização das rotinas. A utilização excessiva ou problemática destas plataformas tem sido associada a níveis mais elevados de ansiedade, sintomas depressivos e *distress* psicológico (Conte et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023; Souza & Cunha, 2019), bem como à exposição a *cyberbullying* (Pedrouzo & Krynski, 2023; Souza & Cunha, 2019), conteúdos desadequados e desafios difundidos nas redes sociais que podem envolver comportamentos potencialmente perigosos (Pedrouzo & Krynski, 2023). No entanto, as consequências do consumo não são exclusivamente negativas. A utilização moderada pode constituir uma forma de entretenimento e relaxamento (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Langlais et al., 2025), permitindo ainda a expressão criativa e exploração da identidade, a interação com jovens com interesses semelhantes e o acesso a conteúdos educativos, culturais ou informativos (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Conte et al., 2025; Hernández-Serrano et al., 2022; Langlais et al., 2025). Assim, os efeitos associados a estas plataformas dependem não apenas do tempo de utilização, mas também da forma como são utilizadas e dos conteúdos consumidos.

1.4 Os Media de Curta Duração como Influência nos Adolescentes

O TikTok e outras plataformas de media de curta duração podem ainda exercer influência sobre as compras, interesses e gostos dos adolescentes. A personalização dos conteúdos e da publicidade permite a apresentação de produtos e marcas ajustados aos interesses de cada utilizador (Pedrouzo & Krynski, 2023), potencialmente contribuindo para a formação de preferências e intenções de compra.

A exposição a conteúdos sobre diferentes temas pode também favorecer a descoberta e exploração de novos interesses (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Virós-Martín et al., 2024), enquanto a circulação de *trends*, músicas e determinadas estéticas pode influenciar as

preferências culturais e formas de expressão dos jovens (Hernández-Serrano et al., 2022; Pedrouzo & Krynski, 2023; Virós-Martín et al., 2024). Além disso, a recomendação sucessiva de conteúdos semelhantes pode reforçar os interesses já demonstrados e contribuir para a progressiva definição dos seus gostos (Hernández-Serrano et al., 2022; Langlais et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023; Virós-Martín et al., 2024).

O TikTok assume também um papel relevante na formação das opiniões políticas e sociais dos adolescentes, constituindo, para alguns jovens, uma fonte informal de informação e aprendizagem sobre acontecimentos da atualidade, questões políticas e movimentos sociais (Langlais et al., 2025). É neste quadro que a plataforma pode contribuir para um maior contacto com temas políticos que, de outra forma, poderiam não integrar os interesses dos adolescentes. No entanto, a personalização algorítmica dos conteúdos pode condicionar a diversidade das perspetivas às quais estes são expostos. Ao recomendar sucessivamente conteúdos semelhantes àqueles com os quais o utilizador interagiu anteriormente, o algoritmo pode reforçar a exposição a conteúdos e opiniões alinhados com os seus interesses, reduzindo progressivamente o contacto com perspetivas diferentes ou divergentes (Pedrouzo & Krynski, 2023). Assim, estas plataformas podem simultaneamente ampliar o acesso dos adolescentes a informação política e social e contribuir para que essa informação seja progressivamente filtrada em função dos seus interesses e comportamentos anteriores.

O consumo de media de curta duração influencia também a forma como os adolescentes percecionam a sua própria imagem e autoestima. O carácter predominantemente visual destas plataformas favorece processos de comparação social com outros utilizadores e figuras públicas, frequentemente apresentados de forma idealizada, tendo esta exposição sido associada a maior insatisfação corporal, insegurança e menor autoestima (Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025). A própria dinâmica das plataformas pode também contribuir para este processo, uma vez que *likes*, comentários e o número de seguidores constituem formas visíveis de aprovação social (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025; Souza & Cunha, 2019). No entanto, esta influência não ocorre de forma uniforme, uma vez que alguns adolescentes demonstram uma visão crítica relativamente aos conteúdos e às formas de validação presentes nestas plataformas, valorizando a autenticidade e relativizando a importância de indicadores como os *likes* ou o número de seguidores (Hernández-Serrano et al., 2022).

1.5 Autorregulação e Regulação Externa

A regulação parental assume um papel relevante na gestão do consumo de redes sociais durante a adolescência. O estabelecimento de regras relativas ao tempo e aos contextos de utilização, nomeadamente a proibição do uso durante as refeições ou antes de adormecer, pode contribuir para limitar o uso problemático (Conte et al., 2025). Para além da imposição de limites, o diálogo sobre os conteúdos consumidos e sobre os riscos associados às plataformas pode favorecer uma utilização mais consciente e uma progressiva autonomia dos adolescentes (Pedrouzo & Krynski, 2023). São também de extrema relevância os comportamentos dos próprios familiares, uma vez que um maior tempo de ecrã no contexto familiar tem sido associado a uma maior dificuldade dos adolescentes em reduzir a sua utilização (Lu et al., 2022; Pedrouzo & Krynski, 2023). Por outro lado, embora existam ferramentas de controlo parental, a sua eficácia pode ser limitada pela capacidade dos jovens para contornar estas restrições (Pedrouzo & Krynski, 2023).

A forma como estas regras são percecionadas pelos adolescentes pode ser relevante para a sua aceitação e cumprimento. Num estudo longitudinal, Geurts et al. (2024) observaram que o aumento dos sintomas de uso problemático de redes sociais previu, um ano depois, mais restrições parentais reativas, isto é, intervenções perante a utilização em curso, e menor estabelecimento de regras. No entanto, não encontraram evidência de que alterações nestas práticas parentais previssem alterações posteriores no uso problemático. Os autores admitem que a forma como os limites são estabelecidos, apoiando a autonomia ou assumindo um carácter mais controlador, poderá influenciar a sua eficácia, mas esta possibilidade não foi testada no estudo. Estes resultados salientam a importância de distinguir diferentes formas de regulação parental.

Em Portugal, a utilização de telemóveis em contexto escolar tem sido alvo de uma regulação progressivamente mais restritiva, tendo a proibição inicialmente estabelecida para o 1.º e 2.º ciclos sido alargada, em setembro de 2026, aos alunos do 3.º ciclo do ensino básico (Decreto-Lei n.º 95/2025; Decreto-Lei n.º 176/2026). No entanto, esta opção não parece corresponder inteiramente às preferências dos próprios adolescentes. Dados do EU Kids Online Portugal, recolhidos em 2025, junto de 2111 jovens entre os 9 e os 17 anos, mostram que a concordância com uma proibição total diminui consideravelmente com a idade, passando de 60% entre os 9 e os 11 anos para 30% entre os 12 e os 14 e apenas 18% entre os 15 e os 17 anos, sendo mais valorizadas por muitos jovens formas de utilização condicionada,

nomeadamente para fins pedagógicos ou situações de emergência (Ponte, 2026). Esta posição é consistente com os resultados qualitativos de Gama e Valente (2026), nos quais alunos portugueses dos 2.º e 3.º ciclos reconheceram problemas associados ao uso dos *smartphones* na escola, como a distração, o isolamento social e a utilização excessiva, mas defenderam simultaneamente a sua utilidade e a existência de regras claras e ajustadas aos diferentes contextos. Os participantes salientaram ainda inconsistências na aplicação das regras e propuseram diferentes formas de regulação, apontando para a importância do envolvimento dos próprios alunos na sua definição (Gama & Valente, 2026).

Relativamente às estratégias de autorregulação, os adolescentes podem recorrer a diferentes formas de gerir a utilização do TikTok e de outras plataformas de media de curta duração. Neste contexto, o sentido de agência diz respeito à capacidade percebida de estabelecer limites e controlar o próprio consumo (Virós-Martín et al., 2024). A gestão da presença nas redes sociais envolve também escolhas relativas à apresentação de si e às audiências a que os conteúdos se destinam (Hernández-Serrano et al., 2022). No que respeita à gestão do tempo de utilização, Virós-Martín et al. (2024) recomendam programas educativos de promoção de hábitos digitais saudáveis e controlos parentais obrigatórios nos dispositivos, combinando medidas educativas com formas externas de limitação do consumo.

1.6 Objetivos do presente estudo

A presente investigação teve como objeto de estudo a utilização de media de curta duração por adolescentes, procurando compreender a influência destes consumos em diferentes níveis da vida dos jovens. Deste modo, o estudo pretende: (1) Caracterizar os hábitos de utilização de media de curta duração e a sua presença nas rotinas dos adolescentes; (2) Explorar as razões associadas à sua utilização, bem como as perceções dos adolescentes sobre a sua capacidade para controlar e regular este consumo; (3) Explorar a perceção dos adolescentes sobre os possíveis efeitos e influência destes conteúdos no seu quotidiano, comportamentos e formas de pensar; (4) Explorar o papel dos pais e da escola na mediação e regulação da utilização de tecnologias e redes sociais de acordo com as perspetivas dos adolescentes; e (5) Explorar a forma como os adolescentes percecionam os principais problemas associados à utilização de media de curta duração e que estratégias consideram importantes para uma utilização mais adequada.

Tendo em conta estes objetivos, optou-se por uma metodologia qualitativa, uma vez que se pretendia conhecer a experiência dos próprios adolescentes e compreender de que forma estes interpretam a sua relação com os media de curta duração. Este tipo de metodologia permite dar maior importância às experiências e perceções dos participantes e aos significados que estes atribuem àquilo que fazem e experienciam no seu quotidiano (Maxwell, 1998; Creswell, 2007).

2. Método

2.1 Participantes

Participaram neste estudo 9 adolescentes portugueses, com idades compreendidas entre os 13 e os 15 anos, 5 do sexo masculino e 4 do sexo feminino. Relativamente ao ano de escolaridade, 5 frequentavam o oitavo ano, e 4 o nono ano.

O recrutamento dos participantes decorreu através de uma amostragem por conveniência, tendo algumas famílias sido contactadas diretamente, enquanto outras chegaram ao estudo através de amostragem por bola de neve, tendo os contactos sido fornecidos por participantes ou famílias anteriormente abordadas. Inicialmente, o estudo pretendia incluir apenas adolescentes que frequentassem o 8.º ano, mas este critério foi posteriormente alargado também ao 9.º ano por razões de conveniência.

2.2 Instrumento

Com o objetivo de realizar entrevistas semiestruturadas, foi construído um guião especificamente para este estudo, constituído por 33 questões. Estas encontram-se divididas em 5 áreas: hábitos de consumo digital e rotinas quotidianas; atenção, impulsividade e relação com o consumo; conteúdos consumidos, influência e perceções sociais; regras, controlo e gestão do uso digital; estratégias e considerações finais (Ver Anexo A).

Antes de iniciar as entrevistas foi realizada uma entrevista-piloto com um adolescente, de modo a perceber se as perguntas eram claras e compreendidas pelos adolescentes e se a sequência definida fazia sentido ao longo da entrevista. Esta primeira entrevista levou à alteração da formulação e organização de algumas questões, permitindo melhorar o guião final.

Os dados desta entrevista serviram exclusivamente o propósito de pilotagem, não tendo sido posteriormente considerados na análise dos dados.

2.3 Procedimento

Numa primeira fase, foram usadas diversas estratégias de recrutamento, incluindo contactos com 1 escola da zona do Porto e contactos diretos com 15 famílias, tendo sido fornecida informação sobre o estudo e sobre a forma como este iria decorrer. A escola não se mostrou disponível para participar em tempo útil. Das 15 famílias contactadas, 10 aceitaram o convite, enquanto as restantes 5 recusaram.

O primeiro contacto com as famílias foi realizado através de SMS e, após demonstrarem interesse em participar, foi enviado o consentimento informado (ver Anexo B) para o endereço eletrónico indicado. Os encarregados de educação assinaram este documento antes da realização das entrevistas, tendo os próprios adolescentes dado também o seu assentimento verbal para participar. Foi explicado desde o início que a participação era voluntária e que poderiam desistir a qualquer momento, caso assim o entendessem, sem que daí resultasse qualquer consequência.

Após este primeiro contacto com as famílias, o agendamento das entrevistas foi feito, na maioria dos casos, diretamente com os adolescentes. Uma vez que os participantes se encontravam geograficamente dispersos, 9 das 10 entrevistas realizadas decorreram *online*, através da plataforma Google Meet.

No início de cada entrevista foi ainda pedido aos adolescentes o assentimento verbal para a gravação áudio, explicando-se que esta gravação tinha apenas como objetivo permitir a posterior transcrição da entrevista. Todas as entrevistas foram transcritas na íntegra e, à medida que as transcrições foram sendo concluídas, os respetivos registos áudio foram eliminados, não tendo sido partilhados com terceiros. Ao longo da transcrição foram também retiradas ou alteradas informações que permitissem identificar os participantes, de forma a garantir o seu anonimato. As entrevistas foram realizadas entre julho e agosto de 2026 e as nove entrevistas consideradas na análise tiveram uma duração entre 13 e 31 minutos (M = 23.11; DP = 5.64).

2.4 Análise de Dados

Os dados foram analisados através de uma **análise temática**, seguindo as orientações de Braun e Clarke (2006) e integrando alguns procedimentos inspirados na análise categorial proposta por Bardin (2011). A análise teve uma orientação predominantemente indutiva, procurando-se que os temas refletissem os padrões identificados nas próprias entrevistas. No entanto, os objetivos do estudo e as áreas previamente definidas no guião orientaram também o processo analítico, pelo que estiveram presentes alguns elementos dedutivos. A análise incidiu sobretudo num nível semântico, privilegiando os significados explicitamente expressos pelos participantes.

Numa primeira fase, foi realizada uma leitura integral das transcrições, seguida de várias releituras, com o objetivo de promover a familiarização com o conjunto dos dados e identificar ideias e padrões potencialmente relevantes. Este procedimento corresponde à fase de familiarização descrita por Braun e Clarke (2006) e aproxima-se igualmente da fase de pré-análise proposta por Bardin (2011). Posteriormente, foram identificados e codificados segmentos das respostas com significado relevante para os objetivos do estudo. A codificação foi realizada manualmente pela investigadora, recorrendo ao Microsoft Excel para organizar os dados e facilitar a comparação entre os diferentes participantes.

Numa fase seguinte, os códigos relativos a conteúdos semelhantes foram progressivamente agrupados, dando origem a temas e subtemas. Este processo seguiu as fases de procura, revisão e definição dos temas propostas por Braun e Clarke (2006), integrando também a lógica de categorização de conteúdos semelhantes presente na análise categorial de Bardin (2011). A estrutura temática foi revista de forma iterativa ao longo da análise, através da releitura dos excertos codificados e da sua comparação com o conjunto das entrevistas. Sempre que foram identificadas sobreposições, dificuldades de distinção ou conteúdos que não se ajustavam adequadamente à estrutura existente, os temas e subtemas foram reorganizados, redefinidos ou separados. Para cada um foram ainda estabelecidos critérios relativos aos conteúdos a incluir, procurando manter consistência na codificação ao longo das diferentes entrevistas.

A estrutura temática resultante foi posteriormente discutida e revista pela equipa de orientação, não tendo sido realizadas alterações à organização final. Na apresentação dos resultados, foram selecionados excertos das entrevistas considerados representativos dos

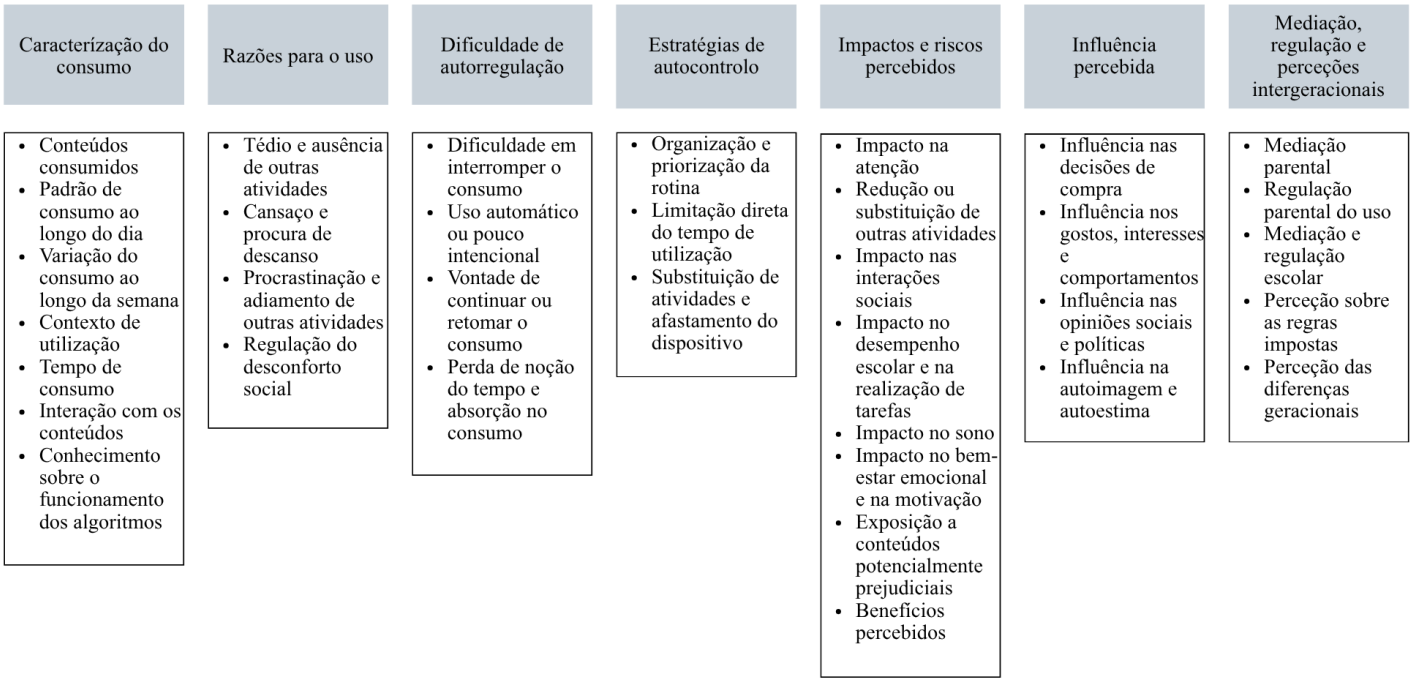
diferentes temas e subtemas. Foram ainda contabilizadas as frequências de alguns conteúdos identificados, com uma função descritiva e complementar, não tendo a frequência constituído um critério para determinar a relevância ou inclusão de um tema. Esta opção permitiu caracterizar a presença de determinados conteúdos nos dados, mantendo o foco principal nos padrões de significado identificados nos discursos dos participantes. A cada participante foi atribuído um código alfanumérico, constituído pela letra "P", correspondente a participante, seguida do respetivo número, sendo este código utilizado na identificação das citações apresentadas ao longo dos resultados (por exemplo, P2 corresponde ao Participante 2).

3. Resultados

O processo de análise temática das nove entrevistas realizadas resultou na identificação de sete temas. A Figura 1 apresenta o mapa temático resultante desta análise. Ao longo da apresentação dos resultados foram incluídas citações dos participantes, de modo a ilustrar os diferentes temas e subtemas identificados.

Figura 1

Mapa temático



3.1 Caracterização dos participantes relativamente às rotinas e utilização digital

Antes da apresentação dos temas resultantes da análise temática, considerou-se relevante caracterizar os participantes relativamente ao consumo de outros conteúdos digitais, aos dispositivos utilizados e às atividades realizadas fora dos ecrãs. As Tabelas 1, 2 e 3 apresentam a frequência destes conteúdos entre os participantes.

Tabela 1

Outros conteúdos digitais consumidos

Conteúdo	*n*	%
Séries	7	77,8
Videojogos	6	66,7
Música	5	55,6
YouTube	5	55,6
Livestreams	3	33,3
Canais de Notícias	2	22,2
Filmes	3	33,3
E-books	1	11,1
Podcasts	1	11,1

Tabela 2

Dispositivos digitais utilizados

Dispositivo	*n*	%
Telemóvel	9	100
Televisão	6	66,7
Computador	6	66,7
Consola de Videojogos	3	33,3
Tablet	4	44,4

Tabela 3

Atividades realizadas fora dos ecrãs

Atividade	*n*	%
Prática desportiva	8	88,9
Convívio com amigos	7	77,8
Atividades criativas visuais	2	22,2
Prática de instrumento musical	2	22,2
Leitura	1	11,1

3.2 Caracterização do consumo de media de curta duração

Este tema pretende caracterizar o consumo de media de curta duração pelos participantes, considerando as plataformas e conteúdos utilizados, a distribuição deste consumo ao longo do dia e da semana, o tempo despendido, os contextos em que ocorre, as formas de interação com os conteúdos e o conhecimento sobre o funcionamento dos algoritmos de recomendação.

Dos nove participantes, oito referiram consumir media de curta duração. O TikTok foi a plataforma mais utilizada, sendo explicitamente referido por seis participantes, enquanto o

Instagram Reels foi referido por dois. Nenhum participante identificou o YouTube Shorts como uma plataforma que utilizasse.

3.2.1 Conteúdos consumidos

Este subtema inclui os diferentes tipos de vídeos curtos que os participantes referiram consumir. Verificou-se uma grande diversidade de conteúdos, sendo os mais frequentes as *trends* (força que imprime determinado movimento ou orientação (Porto Editora, s.d.)) e danças, referidas por cinco participantes, conteúdos de *lifestyle*, por quatro, e conteúdos relacionados com desporto ou *fitness*, também por quatro. Conteúdos de humor e *gaming* foram ambos referidos por três participantes. Foram ainda mencionados conteúdos relacionados com beleza, música, notícias, produtos e opiniões sobre diferentes assuntos. Esta diversidade é visível, por exemplo, no discurso de P8: "o meu *feed* é uma coisa mais tipo beleza, lifestyle, ginástica, trends, dancinhas [...] música" (P8).

3.2.2 Padrão de consumo ao longo do dia

Este subtema inclui referências aos momentos do dia em que ocorre o consumo, independentemente do seu tempo de duração. O final do dia e a noite surgiram como os períodos de maior utilização, sendo referidos por seis participantes. Destes, quatro referiram explicitamente utilizar este tipo de conteúdos antes de adormecer. Por outro lado, três participantes mencionaram a utilização durante a manhã, enquanto P2 e P3 concentravam o consumo principalmente a meio ou ao final da tarde. P5 apresentou um padrão mais distribuído, referindo utilizar TikTok em períodos curtos ao longo de praticamente todo o dia, padrão que também surge, embora de forma menos marcada, em P8. Esta variação ao longo do dia é ilustrada por P1: "às vezes quando acordo antes de ir para a escola estou um bocado e depois quando venho da escola também [...] depois do jantar também, mas mais depois do jantar do que antes de jantar" (P1).

3.2.3 Variação do consumo ao longo da semana

Este subtema considera diferenças entre os vários dias da semana e entre dias úteis e fim de semana. Seis participantes referiram consumir mais media de curta duração durante o fim de semana. Algumas diferenças estiveram associadas às atividades realizadas em determinados dias: P3 referiu utilizar menos ao sábado do que ao domingo por estar habitualmente com amigos, P6 destacou o sábado à noite como o período de maior utilização e

P8 referiu uma utilização particularmente reduzida à quarta-feira e mais elevada à sexta-feira, associada à sua prática de desporto e ausência dela nos respetivos dias. Esta variação é particularmente visível no discurso de P8: "às quartas-feiras era o dia que eu não pegava no telefone [...] mas depois havia outros dias, tipo sexta-feira, que eu usava como dia de descanso e também era o dia que via mais" (P8).

3.2.4 Contexto de utilização

Este subtema inclui referências ao local onde ocorre o consumo, à presença ou ausência de outras pessoas e à realização simultânea de outras atividades. O consumo ocorreu principalmente em casa e seis participantes referiram utilizá-lo quando estavam sozinhos. Seis participantes relataram ainda consumir vídeos curtos enquanto realizavam outras atividades, nomeadamente durante refeições, enquanto viam televisão ou séries, durante o estudo, em tarefas domésticas ou enquanto esperavam que um videojogo carregasse. P6 descreveu, por exemplo, utilizar estes conteúdos durante algumas tarefas domésticas: "às vezes limpar a louça [...] aquilo está no automático [...] é só para ter alguma coisa de fundo" (P6). Por outro lado, alguns participantes referiram uma diminuição da utilização quando estavam presencialmente com amigos.

3.2.5 Tempo de consumo

Este subtema inclui referências à duração diária ou de cada período de consumo de media de curta duração. Apenas dois participantes quantificaram diretamente o seu consumo diário, não sendo, por isso, possível estabelecer uma comparação entre toda a amostra. P2 referiu períodos de uso habitualmente entre 10 e 20 minutos, embora pudesse chegar facilmente a uma hora quando não estava atento ao tempo. Em contraste, P3 estimou um consumo diário consideravelmente superior: "2h30, 3h, às vezes um bocado mais quando não tenho o que fazer" (P3). Nos restantes participantes surgiram referências qualitativas à duração do consumo, mas não estimativas suficientemente precisas para permitir a sua quantificação.

3.2.6 Interação com os conteúdos

Este subtema considera ações realizadas diretamente sobre os conteúdos consumidos, nomeadamente dar *like*, comentar, guardar, republicar ou enviar vídeos a outras pessoas. Todos os oito participantes que consumiam media de curta duração referiram dar *like* em alguns vídeos. Cinco afirmaram republicar conteúdos, quatro comentar, ainda que de forma pouco

frequente, e quatro enviar vídeos a amigos. Nenhum participante referiu guardar vídeos atualmente, embora um tenha mencionado fazê-lo anteriormente. P8 exemplificou esta diversidade de formas de interação: "dou like e às vezes republico [...] comentar não costumo comentar, só em coisas de amigos [...] antes eu guardava muito, agora eu já não guardo e enviar às vezes eu envio" (P8).

3.2.7 Conhecimento sobre o funcionamento dos algoritmos

Este subtema inclui o conhecimento dos participantes sobre a forma como as plataformas selecionam os conteúdos que lhes são apresentados. Foram consideradas as respostas em que os participantes relacionaram aquilo que fazem na plataforma, como dar *like*, republicar, seguir uma conta ou permanecer mais tempo num vídeo, com o aparecimento posterior de conteúdos semelhantes. A partir das respostas à questão sobre a forma como o TikTok, Instagram ou YouTube percebem aquilo de que o utilizador gosta, sete dos nove participantes demonstraram compreender este funcionamento. P1 referiu que "quando nós damos like numa coisa o Instagram percebe e mete mais vídeos desses no algoritmo [...] dá-nos mais conteúdo do que nós interagimos com ele ou ficamos mais tempo a ver" (P1). Da mesma forma, P2 explicou que este processo depende "pelo que pesquisamos, pelo que vemos mais tempo [...] e também no que é que damos like e republicamos" (P2), enquanto P6 referiu que a plataforma "vê o que nós curtimos, comentamos ou o que passamos mais tempo a ver" e que "o algoritmo vai-nos dando cada vez mais disso" (P6).

3.3 Razões para o uso de media de curta duração

Este tema inclui as razões e situações que levam os participantes a iniciar ou prolongar o consumo de media de curta duração. Entre os oito participantes que utilizavam este tipo de conteúdos, destacaram-se sobretudo o tédio e o cansaço. Surgiram ainda situações em que o consumo era utilizado como forma de adiar ou evitar outras atividades, bem como um caso em que o telemóvel assumia uma função de apoio perante situações de desconforto social.

3.3.1 Tédio e ausência de outras atividades

O tédio constituiu a razão mais frequentemente associada ao consumo de media de curta duração, sendo referido por seis participantes. A utilização surgia sobretudo em momentos em que não tinham outras atividades para realizar ou procuravam simplesmente ocupar o tempo.

P5 afirmou utilizar este tipo de conteúdos "quando estou entediado ou não tenho nada para fazer" (P5). De forma semelhante, P7 referiu: "quando estou entediado mesmo, não tenho assim nada para fazer [...] abro o TikTok" (P7). P3 relacionou também os períodos de maior utilização com momentos em que "não tenho o que fazer" (P3).

3.3.2 Cansaço e procura de descanso

Quatro participantes relacionaram a utilização de vídeos curtos com o cansaço ou com momentos em que pretendiam descansar. Nestes casos, o formato curto parece ser procurado pela reduzida exigência necessária para acompanhar os conteúdos. P1 explicou que, quando está cansado, "é mais difícil ver uma coisa muito longa", acrescentando que conteúdos rápidos conseguem manter melhor a sua atenção (P1). P3 referiu igualmente utilizar mais o telemóvel ao final da tarde "quando eu estou cansada e preciso descansar" (P3), enquanto P4 descreveu utilizar mais ao final do dia quando estava "em casa e cansada" e queria "descansar um bocadinho" (P4).

3.3.3 Procrastinação e adiamento de outras atividades

Em três participantes, o consumo surgiu também associado ao adiamento ou interrupção de outras tarefas. P1 descreveu a dificuldade em iniciar o estudo por ir sucessivamente prolongando o momento em que iria parar de ver vídeos: "vou estudar às 7h, depois passa para as 7h e 5min, 7h e 10min, 7h e um quarto" (P1). P6 reconheceu igualmente que "há sempre procrastinação" associada à dificuldade em interromper este consumo (P6). Por sua vez, P8 referiu recorrer ao TikTok durante o estudo quando perde a concentração: "se eu não estiver concentrada, vou lá" (P8).

3.3.4 Regulação do desconforto social

Por fim, P6 descreveu uma utilização distinta dos restantes participantes, associada a momentos de desconforto social. A participante referiu sentir maior vontade de recorrer ao telemóvel "quando estou sozinha, ou estou num ambiente que não dou bem ou que não conheço", explicando que nestas situações sente "necessidade de estar a fazer algo" (P6). Neste caso, o telemóvel parece assumir uma função de apoio perante situações sociais em que a participante não se sente confortável.

3.4 Dificuldade de autorregulação e características percebidas como aditivas do consumo

Este tema inclui referências à dificuldade em controlar ou interromper o consumo de media de curta duração, bem como a características deste tipo de conteúdos que parecem favorecer a continuidade e automatização da utilização. Embora não se pretenda caracterizar este consumo como uma adição, vários participantes utilizaram espontaneamente expressões como "viciante", "vício" ou "adição" para descrever a utilização de vídeos curtos. P5, por exemplo, referiu que "parece que é como se fosse viciante estar no telemóvel" (P5), enquanto P8 identificou como principal problema do TikTok "a adição [...] depois não sabemos desligar" (P8).

3.4.1 Dificuldade em interromper o consumo

Sete dos oito participantes que consumiam media de curta duração descreveram, com diferentes níveis de intensidade, situações em que tinham dificuldade em parar ou em manter a decisão de parar. P4 referiu estabelecer previamente uma hora para interromper a utilização, mas acabar por prolongá-la para ver "mais um" vídeo. P5 descreveu igualmente situações em que continuava a utilizar o telemóvel apesar de saber que deveria parar. Esta dificuldade surgiu de forma particularmente clara em P6, sobretudo antes de dormir: "eu sei que eu preciso ir dormir, mas eu não consigo [...] acho muito difícil, tipo, largar" (P6). P7 foi o único consumidor de media de curta duração que afirmou não sentir dificuldade em interromper a utilização.

3.4.2 Uso automático ou pouco intencional

Quatro participantes descreveram situações em que pegavam no telemóvel ou acediam a media de curta duração sem uma decisão inteiramente consciente. P1 referiu que, enquanto estuda, "sem sequer pensar, às vezes pego no telemóvel e reparo que eu estou há 5 minutos" (P1). P4 descreveu este comportamento como um hábito: "nem pensas [...] só abres a aplicação" (P4). Este padrão surgiu também nas rotinas de P7 e P8 ao acordar, em que ambos referiram pegar inicialmente no telemóvel para consultar mensagens e, posteriormente, aceder ao TikTok. P7 descreveu esta sequência de forma direta: "Acordo. Pego no telemóvel, vejo mensagens, vou para o TikTok" (P7).

3.4.3 Vontade de continuar ou retomar o consumo

Vários participantes descreveram a vontade de continuar a ver vídeos depois de terem decidido parar ou de retomar a utilização pouco depois de a interromper. P2 referiu que, quando

está aborrecido, "tento parar mas acabo por voltar" (P2). P5 descreveu de forma particularmente clara a sensação após interromper o consumo: "quando paras parece que tens uma sensação estranha de querer voltar imediatamente" (P5). P3 explicou esta continuidade pela sucessão constante de novos estímulos, uma vez que "outro vídeo [...] é um novo assunto, uma nova coisa que depois capta a nossa atenção" (P3). P4 associou ainda esta vontade de continuar à curiosidade relativamente ao vídeo seguinte e ao receio de perder conteúdos que se tornaram populares.

A própria estrutura dos vídeos curtos foi identificada como facilitadora deste processo. Apesar de não ser consumidor regular deste tipo de conteúdos, P9 descreveu esta característica a partir daquilo que observa nos colegas: "a mentalidade acaba por ser sempre só mais um. Nós vemos um e depois quase que não custa nada ver outro [...] é só levantar um bocadinho o dedo e aquilo muda" (P9).

3.4.4 Perda de noção do tempo e absorção no consumo

Quatro participantes descreveram situações em que o consumo se prolongava com reduzida consciência do tempo ou das atividades que deveriam estar a realizar. P6 referiu diretamente que "às vezes nem tenho percepção do tempo" (P6). P5 descreveu uma situação em que fica "só ali a arrastar o dedo" e acaba por se esquecer das tarefas que tinha para realizar (P5). De forma semelhante, P3 explicou que, após vários vídeos sucessivos, "esquecemos que nós temos qualquer coisa para fazer ou esquecemos que nós temos de desligar" (P3). P2 referiu ainda que, depois de algum tempo, "já só estás a ver por ver", deixando de prestar verdadeira atenção aos conteúdos apresentados (P2).

3.5 Estratégias de autocontrolo do consumo

Este tema inclui estratégias utilizadas pelos participantes para controlar o consumo de media de curta duração e a utilização do telemóvel no geral. Foram consideradas apenas estratégias adotadas pelos próprios participantes, excluindo regras ou limitações impostas por pais, escola ou outros adultos. Todos os nove participantes referiram pelo menos uma forma de regular a sua utilização, embora as estratégias adotadas fossem diferentes.

3.5.1 Organização e priorização da rotina

Este subtema inclui estratégias que passam pela organização das diferentes atividades do dia, procurando estabelecer prioridades e limitar o tempo disponível para o telemóvel. Seis participantes referiram estratégias deste tipo, particularmente através da priorização do estudo, desporto, descanso ou outras atividades. P4, por exemplo, referiu que "eu trato de estudar primeiro [...] e depois eu posso ver vídeos" (P4). De forma semelhante, P6 explicou: "eu preocupo-me em descansar, estudar, treinar e depois, aí sim, se houver tempo, ir para outras coisas" (P6). P2 procurava ainda manter algum equilíbrio entre atividades digitais e não digitais: "eu tento sempre ter [...] o mesmo tempo de ecrãs igual ao tempo que eu tenho [...] sem olhar para o ecrã" (P2).

3.5.2 Limitação direta do tempo de utilização

Este subtema inclui estratégias através das quais os participantes estabelecem limites ao próprio consumo, nomeadamente através de temporizadores, limites das aplicações ou da definição de um momento para interromper a utilização. Quatro participantes referiram utilizar este tipo de estratégias. P3 afirmou: "eu costumo ter temporizadores no telemóvel" (P3), utilizando também os limites de tempo disponíveis no TikTok e Instagram. P4 e P5 referiram estabelecer previamente uma hora para parar, embora ambos reconhecessem alguma dificuldade em cumprir esse limite. Por outro lado, P6 definiu uma hora para terminar a utilização do telemóvel à noite: "a partir dessa hora desligo o telemóvel e durmo" (P6).

3.5.3 Substituição de atividades e afastamento do dispositivo

Este subtema inclui estratégias que passam por substituir a utilização do telemóvel por outra atividade ou por se afastar voluntariamente do dispositivo. Seis participantes recorreram a estratégias deste tipo. P1 referiu procurar interação com outras pessoas quando queria parar: "mando uma mensagem [...] para os meus amigos [...] ou [...] vou ter [...] com os meus pais para falar um bocado ou fazer alguma coisa" (P1). P8 procurava igualmente atividades com o irmão ou com a mãe quando percebia que estava há demasiado tempo no TikTok. P9 apresentou uma estratégia mais marcada de afastamento, referindo que durante umas férias decidiu desligar-se das redes sociais: "eu decidi, agora estou de férias, vou desligar [...] passei 15 dias sem" (P9).

Neste subtema surgiram também estratégias utilizadas especificamente para evitar que o telemóvel interferisse com outras atividades. P2 referiu ter deixado de utilizar vídeos curtos enquanto realizava outras tarefas, por considerar que "não estou a prestar atenção às duas coisas ao mesmo tempo, então acabo por fazer a outra coisa mal" (P2). P8 descreveu uma estratégia de afastamento físico do dispositivo quando precisava de realizar determinada tarefa: "eu só paro e mando o telefone para longe de mim para fazer o que tenho que fazer" (P8).

Quando questionados sobre estratégias que poderiam ajudar outros jovens a controlar melhor a utilização do telemóvel e de media de curta duração, os participantes referiram sobretudo medidas semelhantes às que já utilizavam, como estabelecer limites de tempo, realizar outras atividades, afastar o telemóvel ou procurar apoio dos pais. Surgiram, contudo, algumas propostas adicionais. P1 destacou a importância de reduzir a interação com conteúdos negativos ou de ódio e procurar favorecer conteúdos mais positivos. P5 atribuiu também alguma responsabilidade às próprias plataformas, defendendo um maior controlo sobre os conteúdos disponibilizados. Por sua vez, P9 considerou que a redução do consumo deveria ocorrer de forma progressiva, em vez de acontecer através de uma proibição abrupta, permitindo uma adaptação gradual a uma menor utilização.

3.6 Impactos e riscos percebidos do consumo de media de curta duração

Este tema inclui os impactos que os participantes associaram ao consumo de media de curta duração, tanto a partir da sua própria experiência como do que observam noutras pessoas da sua idade. Foram identificados impactos negativos ao nível da atenção e concentração, do tempo dedicado a outras atividades, das interações sociais, do desempenho escolar, do sono e do bem-estar emocional, surgindo ainda preocupações relacionadas com a exposição a conteúdos potencialmente prejudiciais ou inadequados. Apesar do maior destaque atribuído a estes aspetos, alguns participantes reconheceram também benefícios associados ao consumo de conteúdos digitais e à utilização das redes sociais.

3.6.1 Impacto na atenção e concentração

Esta foi a consequência identificada de forma mais transversal, sendo reconhecida pelos nove participantes, ainda que alguns a associassem sobretudo a outras pessoas e não à sua própria experiência. Importa ainda destacar que quatro participantes (P1, P2, P4 e P9) referiram

espontaneamente este impacto antes de lhes ser colocada uma pergunta diretamente relacionada com a atenção. Os participantes associaram o consumo frequente de vídeos curtos a uma maior dificuldade em manter a atenção durante períodos prolongados, nomeadamente nas aulas, em conversas ou noutros conteúdos de maior duração. P4 relacionou esta dificuldade com as próprias características do formato: "os vídeos hoje em dia são muito pequenos [...] é mais difícil ficar 50 minutos concentrado do que ficares um minuto que até já estás habituado" (P4). P1 identificou igualmente a possibilidade de pessoas que consomem estes conteúdos em excesso perderem "a capacidade de conseguir ver um filme ou uma série durante algum tempo" (P1).

3.6.2 Redução ou substituição de outras atividades

Seis participantes referiram que o tempo dedicado a vídeos curtos poderia substituir outras atividades ou ser posteriormente percebido como tempo pouco aproveitado. P3 descreveu esta sensação ao referir que "estamos a ver coisas sobre a vida dos outros e a nossa vida está parada [...] podia ter feito tanta coisa e não fiz nada" (P3). P8 referiu igualmente que atualmente passa "mais tempo no TikTok e [...] menos tempo noutras coisas", enquanto P9 destacou "toda a série de atividades que deixamos de fazer para ir ao telefone".

3.6.3 Impacto nas interações sociais

Cinco participantes identificaram consequências na qualidade ou frequência das interações presenciais. Estas incluíram menor atenção às pessoas presentes e a utilização do telemóvel durante momentos que poderiam ser dedicados ao convívio. P7 descreveu situações em que os amigos estavam de tal forma concentrados no TikTok que "tenho que chamar uma ou duas vezes ou até mesmo mandar um abanão para ele responder" (P7). Esta perceção surgiu também em P9, que observou uma alteração após a proibição dos telemóveis na escola: "comecei a ver mais conversa e mais interação social fisicamente entre as pessoas" (P9).

3.6.4 Impacto no desempenho escolar e na realização de tarefas

Quatro participantes associaram o consumo de media de curta duração a consequências na realização de tarefas ou no desempenho escolar. P6 referiu que, quando utiliza vídeos enquanto realiza outra atividade, "a outra coisa costuma não ficar tão bem feita" (P6). P2 identificou ainda uma mudança no próprio desempenho após reduzir o consumo: "agora que eu parei [...] consigo estar muito mais atento [...]e [...] consegui tirar melhores notas nos testes"

(P2). P8 referiu também a possibilidade de descida das notas quando existe dificuldade em interromper o consumo, enquanto P9 destacou o adiamento de compromissos escolares e a realização de tarefas mais próximo dos prazos.

3.6.5 Impacto no sono

Dois participantes identificaram consequências relacionadas com o sono, principalmente devido ao prolongamento da utilização durante a noite. P4 referiu que o consumo excessivo pode ser prejudicial para "as horas de sono". P8 descreveu este impacto de forma mais detalhada na sua própria rotina: "ficava mais tempo à noite [...] acabava por ir dormir mais tarde [...] depois a minha atenção também [...] não é o mesmo no dia a seguir porque não dormi às horas que devia ter dormido" (P8).

3.6.6 Impacto no bem-estar emocional e na motivação

Quatro participantes referiram alterações no humor, motivação ou bem-estar associadas ao consumo ou aos conteúdos visualizados. P1 descreveu alguma insatisfação após períodos de utilização, enquanto P2 e P5 referiram a possibilidade de determinados conteúdos provocarem tristeza ou mal-estar. Este impacto surgiu de forma particularmente clara em P8: "se eu passar muito tempo, já não me apetece fazer nada, já não me apetece sair de casa, fico logo mal-humorada" (P8).

3.6.7 Exposição a conteúdos potencialmente prejudiciais ou inadequados

Alguns participantes identificaram ainda riscos relacionados com a natureza dos conteúdos disponíveis nas redes sociais. Estes incluíram a exposição a conteúdos considerados inadequados para a idade, imagens violentas e *trends* potencialmente perigosas. P3 referiu que os jovens podem encontrar "conteúdos que [...] não são tão apropriados" (P3). P5 destacou de forma mais concreta a circulação de vídeos de acidentes em que "dá para ver ali as mortes", considerando que este tipo de conteúdo pode fazer com que os jovens "fiquem marcados com aquilo" (P5). Foram ainda mencionados riscos associados ao anonimato e à reduzida possibilidade de conhecer a identidade ou intenções de quem publica e comenta conteúdos nas redes sociais.

Foram ainda identificadas algumas consequências de forma isolada. P6 referiu sentir cansaço após períodos prolongados de consumo, enquanto P7 mencionou um possível impacto

do elevado tempo de ecrã na visão. Pela reduzida presença destas referências nos dados, não foram consideradas subtemas independentes.

3.6.8 Benefícios percebidos

Apesar do maior destaque atribuído às consequências negativas, três participantes identificaram também benefícios associados ao consumo de conteúdos digitais. Embora o tema se centre nos media de curta duração, nestas respostas os participantes alargaram espontaneamente a reflexão às redes sociais e às tecnologias digitais em geral. Os benefícios referidos relacionaram-se sobretudo com o acesso rápido a informação e a diferentes assuntos, bem como com a comunicação e integração social. P4 valorizou a possibilidade de contactar com vários temas num curto período de tempo, referindo que "em 30 minutos tu consegues abordar muito mais temas" do que através de conteúdos de maior duração (P4). P3 destacou particularmente o acesso à informação sobre a atualidade, considerando que as redes sociais permitem aos jovens "terem noção do mundo" e saberem "o que é que está a acontecer" (P3). A mesma participante salientou ainda a importância do telemóvel para a comunicação e integração entre pares, descrevendo as dificuldades de uma amiga sem telemóvel para combinar atividades e acompanhar as conversas do grupo. P9 reconheceu igualmente como vantagem das tecnologias a possibilidade de aceder a informação de forma praticamente imediata.

De forma transversal, verificou-se ainda alguma tendência para os participantes reconhecerem mais facilmente os impactos negativos do consumo de media de curta duração nos amigos ou nos jovens da sua idade do que em si próprios, relativizando frequentemente a influência destes conteúdos sobre a sua própria experiência.

3.7 Influência percebida dos media de curta duração nas escolhas, opiniões e autoimagem

Este tema inclui referências à influência que os participantes atribuem aos media de curta duração sobre as suas escolhas, comportamentos e perceções, bem como sobre as de outros jovens da sua idade. Esta influência foi identificada ao nível das decisões de compra, dos gostos, interesses e comportamentos, das opiniões sociais e políticas e da autoimagem e autoestima.

3.7.1 Influência nas decisões de compra

Quando questionados sobre esta possibilidade, todos os nove participantes reconheceram que os conteúdos visualizados nas redes sociais podem influenciar o que os jovens querem comprar, embora nem todos identificassem essa influência na própria experiência. Foram referidos principalmente roupa, tecnologia, comida, jogos e produtos associados a determinadas marcas. P6 destacou a importância adquirida por algumas marcas através das redes sociais: "compram muito por marca e não pela roupa em si [...] marcas que ficaram famosas" (P6). Esta influência parece ainda estar associada à popularidade dos produtos e à sua utilização por outras pessoas. Como explicou P2, quando um vídeo sobre determinado produto "tem muitos likes então eles [pensam] 'ah, se as outras pessoas também gostam, devo comprar'" (P2).

3.7.2 Influência nos gostos, interesses e comportamentos

Sete participantes identificaram situações em que os conteúdos visualizados influenciaram os seus gostos, despertaram novos interesses ou levaram à realização de determinadas atividades. Foram referidas mudanças ou descobertas relacionadas com roupa, jogos, séries, desporto, locais a visitar e outras atividades, bem como a reprodução de comportamentos ou tendências observadas nas redes sociais. P5 referiu, por exemplo, que lhe apareceram "vários vídeos [...] de novos jogos [...] que eu quisesse experimentar", bem como séries que passou a querer ver (P5). P3 mencionou utilizar o TikTok para encontrar "sítios para irmos [e] coisas para fazermos" com os amigos (P3). Esta influência surgiu também no contexto escolar, com P9 a observar que, quando "um vídeo qualquer, ou uma dança ou uma coisa qualquer viraliza", determinados comportamentos acabam por se disseminar entre os colegas, principalmente através de "coisas orais e danças" (P9).

3.7.3 Influência nas opiniões sociais e políticas

Quando questionados sobre esta possibilidade, todos os participantes reconheceram a possibilidade de os media de curta duração influenciarem as opiniões dos jovens sobre questões sociais ou políticas. Foram mencionados temas como política, imigração, xenofobia, racismo e machismo, surgindo a desinformação como um dos principais mecanismos associados a esta influência. P4 considerou que as opiniões apresentadas nas redes sociais podem parecer convincentes quando são apresentadas apenas a partir de uma determinada perspetiva, referindo ter observado entre colegas a reprodução de discursos racistas, preconceituosos ou machistas.

P3 deu como exemplo vídeos que apresentam seletivamente aspetos positivos de uma figura política e negativos de outra, considerando que isso pode levar quem os visualiza a "gostar mais de uma certa pessoa" (P3). P9 destacou particularmente o papel da desinformação, referindo que "muita gente acaba por ter ideias erradas sobre a atualidade, nacional [e] internacional", salientando a importância de confirmar a veracidade da informação antes de formar uma opinião (P9).

3.7.4 Influência na autoimagem e autoestima

Quando questionados sobre esta possibilidade, sete participantes identificaram a comparação com pessoas visualizadas nas redes sociais como uma possível influência na forma como os jovens se percecionam. Estas comparações envolveram características físicas, estilos de vida, roupa e outras características pessoais. P6 descreveu este processo como uma "grande comparação entre as pessoas que estão deste lado da tela e as pessoas que estão desse lado" (P6). De forma semelhante, P8 referiu que observar características desejadas noutras pessoas "mexe connosco e com a nossa autoestima e com a nossa confiança" (P8). P7 destacou ainda que nas redes sociais é apresentada principalmente a parte positiva da vida dos outros, o que pode levar os jovens a compararem essa representação com a sua própria realidade e a sentirem que "não somos tão bons como eles" (P7).

3.8 Mediação, regulação e perceções intergeracionais do uso de tecnologias

Este tema inclui o papel desempenhado pela família e pela escola na relação dos participantes com o telemóvel, as redes sociais e os media de curta duração, bem como a forma como estes percecionam diferenças entre gerações na utilização das tecnologias. Foram consideradas as conversas e orientações relativas aos conteúdos consumidos, as regras impostas à utilização dos dispositivos, a perceção dos participantes sobre a adequação dessas regras e as diferenças que identificam entre jovens e adultos.

3.8.1 Mediação parental

Oito dos nove participantes referiram conversar ou partilhar com os pais alguns dos conteúdos que encontram nas redes sociais, embora a frequência e a natureza destas conversas variassem. Em alguns casos, a interação consistia principalmente na partilha de conteúdos engraçados, receitas ou outros vídeos de interesse, enquanto noutros existia uma discussão mais

explícita sobre o significado, veracidade ou adequação dos conteúdos. P4 destacou o papel dos pais na aprendizagem sobre a utilização das redes sociais, referindo que "os meus pais sempre me disseram muito, tipo educaram-me muito em conceito de telemóveis [...] às vezes são coisas estúpidas, eles dizem-me tipo 'não, isso não está bem'" (P4). P8 referiu igualmente discutir com os pais notícias e polémicas que encontra nas redes sociais. P9 foi o único participante que afirmou não conversar habitualmente com os pais sobre os conteúdos que visualiza.

3.8.2 Regulação parental do uso

Quando questionados diretamente sobre as regras a que estavam sujeitos em casa, todos os participantes descreveram alguma forma de regulação familiar da utilização dos dispositivos, embora esta nem sempre assumisse a forma de regras fixas. Cinco participantes apresentavam limites mais definidos, incluindo restrições de tempo, horários para guardar o telemóvel, proibição durante as refeições ou períodos em que não podiam utilizar determinadas tecnologias. Nos restantes quatro, o acompanhamento era mais informal, com os pais a intervirem sobretudo quando consideravam que o tempo de utilização era excessivo. P8, por exemplo, explicou que não possui limites fixos ou aplicações de controlo, mas que os pais "se virem que alguma coisa não está certa [...] dizem para eu parar" (P8).

3.8.3 Mediação e regulação escolar

Quando questionados sobre as regras a que estavam sujeitos na escola, todos os participantes descreveram algum tipo de limitação da utilização do telemóvel neste contexto. Em seis casos existia, ou tinha existido durante o último ano letivo, uma proibição generalizada da sua utilização na escola, enquanto nos restantes três as restrições incidiam principalmente sobre as aulas.

Para além da imposição de regras, perguntou-se também aos participantes se estes temas eram discutidos em sala de aula, pelo que sete participantes referiram ter discutido diretamente em contexto escolar temas relacionados com redes sociais, utilização do telemóvel ou consequências deste consumo. Estas discussões ocorreram principalmente nas aulas de Cidadania, embora tenham também sido referidas as disciplinas de Português, Inglês e Geografia, bem como sessões dinamizadas por psicólogos. P3 referiu que "em cidadania discutimos muito isso, em geografia [...] também [...] e em inglês nós também tivemos a dar isso" (P3). Dos participantes que abordaram este tipo de temas em sala de aula, apenas um considerou que estes momentos não são produtivos, afirmando que, apesar de fazer sentido

abordar estes temas, “praticamente toda a gente não liga muito àquilo que a professora está a dizer” (P5).

3.8.4 Perceção sobre as regras impostas

De um modo geral, os participantes apresentaram uma perceção favorável das regras a que estavam sujeitos, sendo estas consideradas globalmente justas por seis participantes. Verificou-se, contudo, que os participantes tendiam a considerar adequadas as regras presentes na sua própria rotina, enquanto regras mais restritivas do que aquelas a que estavam habituados eram geralmente percecionadas de forma mais negativa. Esta diferença foi particularmente evidente relativamente ao controlo parental digital, entendido aqui como a utilização de funcionalidades dos telemóveis ou aplicações que permitem aos pais limitar diretamente o tempo de utilização dos filhos. Embora todos os participantes referissem algum tipo de regra ou supervisão parental, apenas alguns estavam sujeitos a este tipo específico de controlo tecnológico. Os participantes que utilizavam estas funcionalidades tendiam a considerá-las uma medida aceitável, enquanto aqueles que não estavam sujeitos a este tipo de controlo se mostravam mais críticos relativamente à sua utilização, recorrendo frequentemente à experiência de amigos para justificar essa posição.

Esta mesma tendência surgiu relativamente a outras formas de restrição. P1 considerou que “proibir os telemóveis completamente nem sempre é melhor”, referindo que os jovens acabam frequentemente por encontrar formas de contornar as proibições. P2 descreveu situações de amigos sujeitos a controlo parental que conheciam os códigos necessários para ultrapassar as restrições, considerando ainda que estas medidas poderiam gerar conflitos com os pais. P3 destacou também que limites rígidos de tempo podem impedir utilizações que considera legítimas, como comunicar ou combinar atividades com amigos.

Assim, os participantes não demonstraram uma rejeição generalizada da imposição de regras. Pelo contrário, a maioria considerou adequadas as regras que faziam parte da sua própria rotina, mas mostrou-se mais crítica quando confrontada com níveis superiores de controlo. Os seus discursos parecem, deste modo, revelar uma tendência para considerar necessário algum grau de regulação, enquanto formas de controlo mais restritivas do que aquelas que experienciam são percecionadas como excessivas.

3.8.5 Perceção das diferenças geracionais

Quando questionados sobre possíveis diferenças entre jovens e adultos na relação com as tecnologias, todos os participantes apresentaram a sua perspetiva sobre esta questão. A maioria considerou que estas diferenças existem, associando-as sobretudo ao facto de os jovens terem crescido com o telemóvel e as redes sociais presentes no seu quotidiano, enquanto os adultos experienciaram uma realidade anterior à sua utilização generalizada. P3 explicou que, para os jovens, utilizar o telemóvel "é uma coisa normal", por terem crescido com este tipo de tecnologia (P3). Alguns participantes consideraram ainda que esta diferença poderá contribuir para uma maior capacidade dos adultos para reconhecer ou gerir situações de uso excessivo. P9 distinguiu, neste sentido, o conhecimento dos riscos da capacidade de regular efetivamente a utilização, considerando que os adultos conseguem mais facilmente integrar a tecnologia com as restantes áreas da sua vida. Por outro lado, P2 e P8 apresentaram posições mais moderadas, salientando que os padrões de utilização variam também entre pessoas da mesma geração.

4. Discussão

O presente estudo procurou compreender a utilização de *media* de curta duração por adolescentes portugueses do 8.º e 9.º ano, recorrendo a entrevistas semiestruturadas e a uma análise temática. As entrevistas incidiram sobre os padrões e motivos de consumo, as formas de autorregulação, os impactos e influências percebidos, bem como o papel da regulação parental e escolar e as estratégias utilizadas pelos próprios adolescentes. De um modo geral, os resultados evidenciaram uma utilização integrada no quotidiano dos participantes, frequentemente associada a momentos de tédio e ao final do dia, acompanhada por dificuldades de controlo em alguns contextos e por diferentes estratégias de autorregulação. Foram também identificadas consequências percebidas em áreas como a atenção, o sono, o estudo e o humor, bem como diferentes formas de influência dos conteúdos consumidos e de regulação externa por parte dos pais e da escola.

Relativamente aos conteúdos consumidos, os resultados deste estudo evidenciaram uma multiplicidade de categorias, entre as quais se destacaram as *trends* e danças, os conteúdos de *lifestyle* e os conteúdos relacionados com desporto ou *fitness*. Algumas destas categorias aproximam-se das identificadas por Dias e Duarte (2022), cujos dados, recolhidos em 2020, destacavam sobretudo as coreografias, os conteúdos de humor e a música. No presente estudo,

os conteúdos de *lifestyle* e de desporto ou *fitness* assumiram também particular relevância. Embora esta diferença possa estar relacionada com alterações nas tendências e nos conteúdos presentes nestas plataformas ao longo dos últimos anos, esta interpretação deve ser feita com cautela, uma vez que os dois estudos apresentam características metodológicas e amostrais distintas.

No que toca aos motivos que levam ao consumo de media de curta duração, os participantes do presente estudo referiram sobretudo o tédio e o cansaço. Estes resultados encontram paralelo na literatura, que identifica igualmente o tédio e o cansaço entre os motivos associados ao consumo destes conteúdos, além de outras razões, como a regulação emocional perante situações de stress (Langlais et al., 2025; Lu et al., 2022). Neste sentido, junto dos participantes do presente estudo, o consumo parece ser utilizado essencialmente como uma atividade de baixa exigência, particularmente associada a momentos de tédio ou cansaço.

Esta tendência relaciona-se também com o contexto em que o consumo ocorre, mas acrescenta-lhe uma dimensão distinta: os participantes referiram maior utilização quando estavam sozinhos, sem outras atividades ou ao final do dia, enquanto o consumo tendia a diminuir quando estavam com amigos ou envolvidos noutras atividades, como o desporto. Esta relação tornou-se também evidente ao longo da semana, verificando-se maior consumo ao fim de semana, nos dias com menos atividades e em períodos de descanso. A relação entre tempo não estruturado, tédio e consumo sugere, assim, que as atividades *offline* não são apenas concorrentes dos ecrãs, podendo funcionar também como mecanismos naturais de regulação do consumo. Verificou-se ainda alguma dificuldade em quantificar concretamente o tempo despendido nestas plataformas, apesar de os participantes conseguirem caracterizar qualitativamente o seu consumo, identificando períodos de maior ou menor utilização e situações em que consideravam utilizá-las em excesso. Neste sentido, os resultados sugerem que compreender o consumo apenas através do tempo de ecrã poderá ser insuficiente, uma vez que o contexto em que este ocorre parece acrescentar informação relevante sobre quando e por que razão os adolescentes recorrem a estes conteúdos (Avci et al., 2025; Granic et al., 2020).

As próprias características do formato parecem também adequar-se particularmente a momentos de menor disponibilidade cognitiva, surgindo o consumo associado ao cansaço e, em vários casos, em simultâneo com outras atividades. A curta duração dos vídeos e a reduzida exigência necessária para os acompanhar poderão, assim, contribuir para que sejam particularmente procurados nestes momentos.

As consequências e os riscos foram, de um modo geral, abordados pelos participantes com menor gravidade do que aquela descrita em parte da literatura, embora a investigação existente apresente resultados heterogéneos quanto à magnitude destes efeitos (Valkenburg et al., 2022). Apesar de alguns participantes referirem utilizar estes conteúdos durante a noite e antes de adormecer, apenas dois identificaram consequências ao nível do sono (Langlais et al., 2025; Souza & Cunha, 2019), tendo apenas um relacionado claramente esse impacto com a própria experiência. Da mesma forma, não surgiram referências claras à ansiedade, sintomas depressivos ou *distress* psicológico (Conte et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023; Souza & Cunha, 2019), e o *cyberbullying* também não foi referido de forma relevante (Pedrouzo & Krynski, 2023; Souza & Cunha, 2019). Foram mais frequentes consequências de menor intensidade, como tristeza, irritabilidade ou falta de motivação, bem como preocupações relacionadas com conteúdos inadequados, violentos ou potencialmente perigosos. Esta menor expressão das consequências negativas poderá estar relacionada, pelo menos em parte, com uma maior facilidade dos participantes em reconhecer efeitos imediatos e concretos no quotidiano, bem como com a tendência, observada ao longo das entrevistas, para atribuir os impactos mais negativos sobretudo a outros jovens e menos à própria experiência, como será explorado mais à frente.

Embora os benefícios não tenham sido explorados diretamente no guião de entrevista, três participantes identificaram espontaneamente vantagens associadas a estas plataformas, sobretudo relacionadas com o acesso rápido à informação e com a comunicação e integração social. Ainda assim, os resultados sugerem o carácter ambivalente desta relação também descrito na literatura (Conte et al., 2025; Langlais et al., 2025; Shankleman et al., 2021), uma vez que os mesmos participantes que reconhecem problemas como perda de tempo, distração ou dificuldade de controlo identificam também benefícios relacionados com o acesso à informação, a descoberta de interesses, a comunicação e a integração social.

Embora a relação entre *media* de curta duração e dificuldades de atenção esteja já bem representada na literatura (Langlais et al., 2025; Lu et al., 2022; Nikkelen et al., 2014; Pedrouzo & Krynski, 2023), os resultados acrescentam informação sobre a forma como os próprios adolescentes percecionam este processo. A atenção constituiu o impacto mais transversal e foi mencionada espontaneamente por vários participantes, tendo sido referidas consequências a este nível relativamente não só ao estudo, mas também às aulas, às conversas e ao consumo de conteúdos de maior duração. Os participantes relacionaram ainda estas dificuldades com a habituação a estímulos breves e sucessivos, sugerindo uma consciência do possível impacto do

formato na sua capacidade de manter atenção prolongada. Para além disso, algumas das consequências identificadas parecem surgir de forma interligada nos discursos dos participantes. A dificuldade em interromper o consumo e a perda da noção do tempo surgem associadas à procrastinação e ao adiamento de outras atividades, que, por sua vez, podem interferir com o estudo, a realização de tarefas, o sono ou o bem-estar. Assim, mais do que efeitos totalmente independentes, algumas destas consequências poderão integrar um mesmo processo de interferência do consumo noutras áreas do quotidiano.

Relativamente à influência dos media de curta duração, os resultados foram globalmente consistentes com a literatura, surgindo referências à influência sobre decisões de compra (Pedrouzo & Krynski, 2023), gostos e interesses (Bucknell Bossen & Kottasz, 2020; Hernández-Serrano et al., 2022; Langlais et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023; Virós-Martín et al., 2024), opiniões sociais e políticas (Langlais et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023) e autoimagem (Conte et al., 2025; Hernández-Serrano et al., 2022; Langlais et al., 2025). Nos discursos dos participantes, esta influência foi associada a diferentes mecanismos, desde a exposição e popularização de produtos e tendências até à comparação com outras pessoas e ao contacto repetido com determinadas perspetivas. Contudo, como será desenvolvido de seguida, o reconhecimento desta influência não ocorreu da mesma forma quando os participantes refletiam sobre si próprios e sobre os outros jovens.

No presente estudo, a maioria dos participantes considerou globalmente justas as regras a que estava sujeita, embora tenham surgido reservas quanto a algumas restrições e aos usos que estas impediam. Um participante salientou que as regras familiares tinham sido definidas em conjunto com os pais, enquanto outros participantes questionaram limitações que dificultavam utilizações consideradas legítimas, como comunicar ou combinar atividades com amigos. Estes relatos sugerem que a aceitação das regras pode estar relacionada com a forma como são estabelecidas e com a adequação percebida ao contexto. Esta interpretação aproxima-se da hipótese discutida por Geurts et al. (2024) de que a forma de estabelecer os limites poderá ser relevante para os seus efeitos, embora essa hipótese não tenha sido testada no estudo dos autores.

Relativamente ao papel da escola, esta surgiu simultaneamente como espaço de regulação e de sensibilização para o uso das tecnologias. Todos os participantes estavam sujeitos a algum tipo de limitação da utilização do telemóvel em contexto escolar e, embora a aceitação das regras variasse, não surgiu uma rejeição generalizada da sua existência. Pelo

contrário, alguns participantes reconheceram benefícios associados à restrição, nomeadamente uma maior interação presencial entre colegas após a proibição dos telemóveis. As reservas surgiram sobretudo quando consideravam formas de proibição mais restritivas do que aquelas que experienciavam, particularmente perante a possibilidade de uma proibição total ou excessivamente rígida, como também sugerido pela literatura (Gama & Valente, 2026; Ponte, 2026). Para além disso, sete participantes referiram ter abordado em contexto escolar temas relacionados com redes sociais, utilização do telemóvel ou consequências deste consumo, sobretudo nas aulas de Cidadania. Apenas um participante considerou estas reflexões pouco produtivas, o que sugere que, de um modo geral, estes momentos não foram percecionados negativamente. Assim, a escola parece assumir não apenas uma função restritiva, mas também um papel potencialmente relevante na promoção da reflexão e da literacia digital.

No que toca às estratégias consideradas mais adequadas para reduzir ou controlar o consumo, os participantes referiram medidas que preservam alguma autonomia, como a definição, pelos próprios, de limites de utilização, o afastamento do dispositivo, a realização de outras atividades ou uma redução progressiva da utilização. Surgiram também propostas de intervenção parental e referências à responsabilidade das próprias plataformas. As posições não foram uniformes, incluindo tanto estratégias de autorregulação como apoio a restrições externas mais fortes. Esta diversidade é compatível com a combinação de medidas educativas e de controlo proposta por Virós-Martín et al. (2024), que recomendam programas de promoção de hábitos digitais saudáveis e controlos parentais obrigatórios nos dispositivos.

A regulação do consumo parece resultar da articulação entre diferentes formas de controlo. Todos os participantes estavam sujeitos a algum tipo de supervisão familiar e a limitações em contexto escolar, mas todos referiram também estratégias próprias para gerir a utilização do telemóvel e dos media de curta duração. Assim, os resultados sugerem que a gestão do consumo envolve simultaneamente os próprios adolescentes, a família, a escola e a organização das suas rotinas.

Contudo, a existência destas estratégias não parece garantir, por si só, um controlo consistente do consumo. Apesar de sete participantes demonstrarem compreender de que forma as suas interações influenciam os conteúdos que lhes são apresentados, a maioria dos consumidores referiu também dificuldade em interromper a utilização, situações de uso automático e perda da noção do tempo. Estas dificuldades surgiram ainda junto de participantes que na generalidade mantinham atividades regulares fora dos ecrãs, destacando-se

particularmente a prática desportiva. Deste modo, os resultados sugerem que, mesmo quando os adolescentes compreendem o funcionamento das plataformas, recorrem a estratégias de autorregulação e mantêm outras atividades integradas nas suas rotinas, podem continuar a experienciar dificuldades no controlo do consumo, o que está alinhado com a literatura (Conte et al., 2025; Pedrouzo & Krynski, 2023; Virós-Martín et al., 2024).

Ao longo dos diferentes temas foi também possível identificar uma diferença entre a forma como os participantes avaliavam a influência dos media de curta duração sobre si próprios e sobre os seus pares. Os participantes tendiam a reconhecer com maior facilidade os efeitos negativos dos media de curta duração nos outros jovens do que na sua própria experiência, relativizando frequentemente a influência destes conteúdos sobre si próprios. Esta diferença surgiu não apenas na perceção das consequências do consumo, mas também na influência sobre decisões de compra, opiniões sociais e políticas e autoimagem. Assim, embora os participantes demonstrassem uma consciência relativamente clara dos possíveis efeitos destas plataformas, essa consciência parecia ser mais facilmente aplicada aos outros do que a si próprios. Esta assimetria verifica-se mesmo quando observam mudanças nos próprios gostos, interesses ou comportamentos, deslocando a vulnerabilidade para "os jovens", "as pessoas" ou "os colegas" quando falam de influência comercial, política ou psicológica. Este padrão poderá refletir algum distanciamento relativamente ao risco ou uma maior dificuldade em reconhecer a própria suscetibilidade à influência, mesmo quando essa influência é reconhecida de forma geral, num padrão semelhante ao identificado por O'Reilly (2020).

4.1 Limitações

O presente estudo apresenta algumas limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Em primeiro lugar, destaca-se a dimensão reduzida da amostra, constituída por nove participantes. Embora esta dimensão tenha permitido uma exploração aprofundada das experiências e perceções individuais, limita a diversidade de perspetivas representadas no estudo e a possibilidade de transferência dos resultados para outros grupos de adolescentes (Coutinho, 2008). Adicionalmente, o recurso a uma amostragem por conveniência e ao método de bola de neve poderá ter contribuído para alguma homogeneidade entre os participantes, uma vez que parte dos participantes foi recrutada através de contactos próximos ou de participantes previamente incluídos no estudo.

Outra limitação prende-se com a natureza autorrelatada dos dados recolhidos. As respostas dos participantes dependem da sua capacidade para recordar e avaliar os próprios comportamentos, podendo existir alguma imprecisão relativamente à frequência, duração ou contexto de utilização dos conteúdos de curta duração. O estudo não incluiu medidas objetivas de utilização, como dados relativos ao tempo de ecrã ou à atividade nas diferentes plataformas, pelo que os padrões de consumo identificados refletem essencialmente a perceção dos próprios adolescentes. Para além disso, considerando a natureza de algumas das questões abordadas, não pode ser excluída a influência da desejabilidade social, nomeadamente em temas relacionados com o autocontrolo, as consequências percebidas da utilização ou o cumprimento de regras estabelecidas pelos pais.

Deve ainda ser considerada como limitação a elaboração do guião de entrevista pela própria investigadora. Embora este tenha sido construído de acordo com os objetivos do estudo e tenha sido realizada uma entrevista piloto, a seleção, formulação e organização das questões poderão ter sido influenciadas pelas expectativas e pressupostos prévios da investigadora relativamente ao fenómeno em estudo. Consequentemente, alguns temas poderão ter sido mais explorados do que outros, condicionando, em certa medida, os conteúdos que emergiram das entrevistas.

A análise temática foi igualmente realizada pela investigadora responsável pelo estudo. Apesar das sucessivas leituras das entrevistas, da revisão do sistema de temas ao longo do processo de análise e da discussão e revisão dos mesmos com a equipa de orientação, não foi realizada uma codificação independente por um segundo investigador. Embora a revisão por pares constitua uma estratégia relevante para reforçar a credibilidade da investigação qualitativa, a utilização de diferentes investigadores na análise pode contribuir para confrontar interpretações e reduzir a influência da perspetiva individual do investigador (Coutinho, 2008). Assim, não foi possível comparar sistematicamente diferentes interpretações do material ou avaliar a concordância entre codificadores. A revisão dos temas pela equipa de orientação contribuiu, contudo, para a discussão das decisões tomadas durante o processo de construção e revisão dos temas e para a clarificação dos respetivos critérios.

Por último, o estudo foi realizado num único período temporal. Deste modo, os resultados permitem compreender as experiências e perceções dos adolescentes naquele momento, mas não permitem acompanhar possíveis alterações nos padrões de utilização, nas estratégias de autorregulação ou nas consequências percebidas ao longo do tempo. Acresce que

as entrevistas foram realizadas em formato online, o que, embora tenha facilitado a participação e permitido a realização das entrevistas num contexto familiar para os adolescentes, poderá ter limitado a observação de alguns elementos não verbais e contextuais presentes numa interação presencial.

4.2 Implicações e investigação futura

Os resultados obtidos apresentam algumas implicações relevantes para a intervenção junto de adolescentes, particularmente em contexto escolar. Ao longo das entrevistas, verificou-se que a utilização de conteúdos de curta duração se encontra integrada em diferentes momentos do quotidiano dos participantes, surgindo associada a fatores como o tédio e o cansaço, mas também a comportamentos mais automáticos e, em alguns casos, à dificuldade em interromper o consumo. Foram ainda identificadas possíveis interferências com outras áreas, como o estudo e o sono, assim como diferentes estratégias utilizadas pelos participantes para regular o próprio consumo. Neste sentido, estes resultados poderão contribuir para a criação e orientação de programas de educação e literacia digital dirigidos a adolescentes.

Este tipo de programas poderá não se limitar à redução do tempo de ecrã, procurando também promover uma maior compreensão dos mecanismos associados à utilização destas plataformas. Neste âmbito, poderão ser abordados temas como o funcionamento dos algoritmos de recomendação, a identificação dos momentos e fatores que favorecem uma utilização mais automática, a gestão das notificações, a interferência do consumo com outras atividades e o desenvolvimento de estratégias de autorregulação. A literatura tem demonstrado que programas de literacia digital em contexto escolar podem contribuir para uma maior compreensão da influência dos media e para uma utilização mais crítica dos mesmos (Eyal & Te'eni-Harari, 2024). Paralelamente, intervenções dirigidas ao bem-estar digital têm recorrido frequentemente à combinação de componentes educativas com estratégias comportamentais e de autorregulação (Colder Carras et al., 2024).

A escola parece constituir um contexto particularmente relevante para este tipo de intervenção. Estudos recentes indicam que intervenções realizadas em contexto escolar podem contribuir para a redução do tempo de utilização de ecrãs, embora os resultados relativamente ao uso problemático sejam ainda pouco consistentes (Celik et al., 2026). Por sua vez, Ots et al. (2026) verificaram que intervenções que incluem componentes como a definição de objetivos,

a substituição de comportamentos e o envolvimento dos pares poderão apresentar resultados positivos na promoção de padrões de utilização mais adequados. Estes dados reforçam a importância de desenvolver intervenções que não se centrem exclusivamente na imposição de limites, mas que procurem fornecer aos adolescentes estratégias concretas para reconhecer e regular os próprios padrões de consumo.

Os resultados relativos às regras estabelecidas pelos pais e pela escola poderão igualmente ser considerados neste contexto. O facto de os participantes tenderem a aceitar melhor formas de regulação semelhantes às que já faziam parte da sua rotina sugere que a introdução de novas regras deverá ter em conta as experiências prévias dos adolescentes e o nível de controlo a que estão habituados. Neste sentido, a aplicação de regras poderá beneficiar de uma explicação dos seus objetivos e de uma maior discussão com os próprios adolescentes, sobretudo quando implica formas de regulação mais restritivas. Assim, futuros programas poderão integrar não apenas os jovens, mas também pais e professores, procurando promover uma abordagem mais articulada à utilização dos meios digitais. Esta abordagem poderá ser particularmente relevante considerando que o consumo de conteúdos de curta duração ocorre em diferentes contextos e não se encontra limitado ao espaço escolar.

Relativamente à investigação futura, seria pertinente replicar e aprofundar o presente estudo através de uma amostra mais alargada e diversificada, incluindo adolescentes provenientes de diferentes escolas, contextos geográficos e níveis socioeconómicos. Tal permitiria compreender se os padrões identificados no presente estudo se encontram igualmente presentes noutros grupos de adolescentes e explorar possíveis diferenças em função de características como a idade, o género ou o contexto socioeconómico. Seria igualmente relevante explorar a perspetiva de outros intervenientes próximos dos adolescentes, nomeadamente pais e professores, permitindo comparar diferentes perceções sobre os padrões de utilização, as dificuldades de regulação e os impactos associados ao consumo destes conteúdos. Poderia ainda ser explorada a existência de diferenças entre adolescentes que apenas consomem conteúdos de curta duração e aqueles que também os produzem e publicam, procurando compreender de que forma uma participação mais ativa nestas plataformas se relaciona com a experiência de utilização.

Poderá ainda ser particularmente relevante recorrer a uma metodologia mista. A investigação através de métodos mistos permite articular a profundidade proporcionada pelos métodos qualitativos com a possibilidade de estudar determinadas tendências numa amostra

quantitativamente mais alargada (Creswell & Plano Clark, 2018). Neste caso, os temas e padrões identificados no presente estudo poderão contribuir para a definição das dimensões a explorar numa investigação posterior, nomeadamente no que diz respeito às razões para o consumo, utilização automática, estratégias de autocontrolo, conhecimento dos algoritmos, consequências percebidas e influência dos conteúdos consumidos. Uma componente quantitativa permitiria posteriormente avaliar a frequência e distribuição destes fenómenos numa amostra mais ampla.

Outra possibilidade seria complementar o autorrelato dos participantes com medidas objetivas de utilização. A literatura tem identificado diferenças relevantes entre o tempo de utilização dos meios digitais reportado pelos participantes e aquele que é efetivamente registado pelos dispositivos (Parry et al., 2021). Esta discrepância foi igualmente observada em estudos especificamente realizados com adolescentes (Zhao et al., 2025). Assim, futuros estudos poderão combinar entrevistas e questionários com dados relativos ao tempo de ecrã ou à utilização das diferentes aplicações, permitindo comparar a perceção dos adolescentes com os seus padrões efetivos de consumo.

Por fim, poderá ser relevante adotar um desenho longitudinal, acompanhando os adolescentes durante um período mais alargado. Esta abordagem permitiria explorar possíveis alterações nos padrões de utilização ao longo do tempo e compreender de que forma fatores como a idade, as exigências escolares ou alterações nas regras parentais se relacionam com o consumo de conteúdos de curta duração. Poderia ainda ser utilizada na avaliação de programas desenvolvidos a partir dos resultados deste tipo de investigação, permitindo analisar não apenas os seus efeitos imediatos, mas também a manutenção de eventuais alterações ao longo do tempo.

5. Conclusão

O presente estudo permitiu aprofundar a compreensão da forma como os adolescentes se relacionam com os conteúdos de curta duração e do modo como estes se encontram integrados nas suas rotinas quotidianas. Os resultados mostraram que este tipo de consumo surge associado a diferentes momentos do dia e a motivações distintas, como o tédio e o cansaço, sendo também identificados comportamentos mais automáticos e alguma dificuldade em interromper a utilização. Paralelamente, os participantes demonstraram consciência

relativamente a algumas consequências do consumo, nomeadamente ao nível da atenção, do estudo, do sono, da gestão do tempo e do humor, assim como da influência que estes conteúdos podem exercer nos seus gostos, decisões e comportamentos.

Apesar das limitações identificadas, o estudo permitiu dar particular destaque à perspetiva dos próprios adolescentes, contribuindo para uma compreensão mais próxima da forma como estes percecionam a sua relação com este tipo de conteúdos. Os resultados reforçam ainda a importância de continuar a explorar este fenómeno, recorrendo a amostras mais diversificadas e a metodologias que permitam articular a experiência subjetiva dos jovens com medidas mais objetivas de utilização. Neste sentido, o presente trabalho poderá constituir um ponto de partida para investigações futuras e para o desenvolvimento de estratégias de educação e literacia digital mais ajustadas às experiências e necessidades dos adolescentes.

6. Referências

Asif, M., & Kazi, S. (2024). Examining the influence of short videos on attention span and its relationship with academic performance. *International Journal of Science and Research, 13*(4), 1877–1883. https://doi.org/10.21275/sr24428105200

Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2025). A systematic review of social media use and adolescent identity development. *Adolescent Research Review*, 10(2), 219–236. https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo* (4.ª ed.). Edições 70.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Bucknell Bossen, C., & Kottasz, R. (2020). Uses and gratifications sought by pre-adolescent and adolescent TikTok consumers. *Young Consumers, 21*(4), 463–478. https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186

Casey, B. J., Jones, R. M., & Hare, T. A. (2008). The adolescent brain. *Annals of the New York Academy of Sciences, 1124*(1), 111–126. https://doi.org/10.1196/annals.1440.010

Celik, S., Gracia, P., Gonzalez-Vila, P., & Tarantino, G. (2026). The impact of school-based interventions on adolescents' digital use and mental wellbeing: A systematic review and arm-based random-effects meta-analysis. *Adolescent Research Review, 11*, 529–559. https://doi.org/10.1007/s40894-026-00287-5

Chen, Y., Li, M., Guo, F., & Wang, X. (2023). The effect of short-form video addiction on users' attention. Behaviour & Information Technology, 42(16), 2893–2910. https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2151512

Colder Carras, M., Aljuboori, D., Shi, J., Date, M., Karkoub, F., García Ortiz, K., Abreha, F. M., & Thrul, J. (2024). Prevention and health promotion interventions for young people in the context of digital well-being: Rapid systematic review. *Journal of Medical Internet Research, 26*, e59968. https://doi.org/10.2196/59968

Conte, G., Di Iorio, G., Esposito, D., Romano, S., Panvino, F., Maggi, S., Altomonte, B., Casini, M. P., Ferrara, M., & Terrinoni, A. (2025). Scrolling through adolescence: A systematic review of the impact of TikTok on adolescent mental health. *European Child & Adolescent Psychiatry, 34*, 1511–1527. https://doi.org/10.1007/s00787-024-02581-w

Coutinho, C. P. (2008). A qualidade da investigação educativa de natureza qualitativa: Questões relativas à fidelidade e validade. *Educação Unisinos, 12*(1), 5–15.

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). Sage Publications.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE.

Decreto-Lei n.º 95/2025, de 14 de agosto. (2025). *Diário da República: 1.ª série*, n.º 156. https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/95-2025-928937305

Decreto-Lei n.º 176/2026, de 3 de setembro. (2026). *Diário da República: 1.ª série*, n.º 171. https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/176-2026-1166155909

Dias, P., & Duarte, A. (2022). TikTok practices among teenagers in Portugal: A uses & gratifications approach. *Journalism and Media, 3*(4), 615–632. https://doi.org/10.3390/journalmedia3040041

Dora, J., van Hooff, M., Geurts, S., Kompier, M., & Bijleveld, E. (2021). Fatigue, boredom and objectively measured smartphone use at work. *Royal Society Open Science*, 8(7). https://doi.org/10.1098/rsos.201915

Eyal, K., & Te'eni-Harari, T. (2024). Systematic review: Characteristics and outcomes of in-school digital media literacy interventions, 2010-2021. *Journal of Children and Media*, *18*(1), 8–28. https://doi.org/10.1080/17482798.2023.2265510

Gama, A., & Valente, B. (2026). What students think about smartphone use at school. *Millenium - Journal of Education, Technologies, and Health, 2*(29), e44098. https://doi.org/10.29352/mill0229.44098

Geurts, S. M., Vossen, H. G. M., van den Eijnden, R. J. J. M., & Koning, I. M. (2024). Bidirectional Within-Family Effects of Restrictive Mediation Practices and Adolescents' Problematic Social Media Use. *Journal of Youth and Adolescence*, *53*(8), 1928–1938. https://doi.org/10.1007/s10964-024-01990-z

Granic, I., Morita, H., & Scholten, H. (2020). Beyond screen time: Identity development in the digital age. *Psychological Inquiry, 31(3)*, 195–223. https://doi.org/10.1080/1047840X.2020.1820214

Health Behaviour in School-aged Children. (2023). *Continuous online contact*. HBSC Data Browser. https://data-browser.hbsc.org/measure/continuous-online-contact/

Hernández-Serrano, M. J., Jones, B., Renés-Arellano, P., & Campos Ortuño, R. A. (2022). Analysis of digital self-presentation practices and profiles of Spanish adolescents on Instagram and TikTok. *Journal of New Approaches in Educational Research, 11*(1), 49–63. https://doi.org/10.7821/naer.2022.1.797

Langlais, M. R., Thaler, A., & West, E. (2025). TikTok too much? A qualitative investigation of adolescent TikTok use, motivation, and consequences. *Youth & Society, 57*(4), 593–614. https://doi.org/10.1177/0044118X241282347

Lu, L., Liu, M., Ge, B., Bai, Z., & Liu, Z. (2022). Adolescent addiction to short video applications in the mobile Internet era. *Frontiers in Psychology, 13*, Article 893599. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.893599

Maxwell, J. A. (1998). Designing a qualitative study. In L. Bickman & D. J. Rog (Eds.), *Handbook of applied social research methods* (pp. 69–100). Sage Publications.

Nikkelen, S. W. C., Valkenburg, P. M., Huizinga, M., & Bushman, B. J. (2014). Media use and ADHD-related behaviors in children and adolescents: A meta-analysis. *Developmental Psychology, 50*(9), 2228–2241. https://doi.org/10.1037/a0037318

O'Reilly, M. (2020). Social media and adolescent mental health: The good, the bad and the ugly. *Journal of Mental Health*, 29(2), 200–206. https://doi.org/10.1080/09638237.2020.1714007

Ots, L., Arro, G., Aus, K., & Oppi, P. (2026). School-based interventions for problematic digital technology use: A systematic review. *Frontiers in Education, 11*, 1747573. https://doi.org/10.3389/feduc.2026.1747573

Parry, D. A., Davidson, B. I., Sewall, C. J. R., Fisher, J. T., Mieczkowski, H., & Quintana, D. S. (2021). A systematic review and meta-analysis of discrepancies between logged and self-reported digital media use. *Nature Human Behaviour, 5*, 1535–1547. https://doi.org/10.1038/s41562-021-01117-5

Pedrouzo, S. B., & Krynski, L. (2023). Hyperconnected: Children and adolescents on social media. The TikTok phenomenon. *Archivos Argentinos de Pediatría, 121*(4), e202202674. https://doi.org/10.5546/aap.2022-02674.eng

Ponte, C. (2026, 7 de maio). *Telemóveis nas escolas: "Proibir dá menos trabalho…"*. CriA.On. https://criaon.fcsh.unl.pt/artigo/telemoveis-nas-escolas-proibir-da-menos-trabalho/

Porto Editora. (s.d.). *Tendência*. Infopédia. https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/tendência

Shankleman, M., Hammond, L., & Jones, F. W. (2021). Adolescent social media use and well-being: A systematic review and thematic meta-synthesis. *Adolescent Research Review, 6*, 471–492. https://doi.org/10.1007/s40894-021-00154-5

Souza, K., & Cunha, M. X. C. da. (2019). Impactos do uso das redes sociais virtuais na saúde mental dos adolescentes: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Educação, Psicologia e Interfaces, 3*(3), 204–217. https://doi.org/10.37444/issn-2594-5343.v3i3.156

Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology, 44*, 58–68. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017

Virós-Martín, C., Montaña-Blasco, M., & Jiménez-Morales, M. (2024). Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception. *Humanities and Social Sciences Communications, 11*, Article 1444. https://doi.org/10.1057/s41599-024-03984-5

Zhao, Y., Han, X., Bagot, K. S., Tapert, S. F., Potenza, M. N., & Paulus, M. P. (2025). Examining measurement discrepancies in adolescent screen media activity with insights from the ABCD study. *Npj Mental Health Research, 4*, Article 15. https://doi.org/10.1038/s44184-025-00131-z

Anexos

Anexo A

Guião da entrevista semiestruturada

Consumo de Vídeos de Curta Duração e Perceções sobre Atenção, Hábitos Digitais e Vida Quotidiana em Alunos do 8.º Ano

Bloco 1 - Hábitos de consumo digital e rotinas quotidianas

Objetivo: caracterizar intensidade, diversidade e contexto do consumo mediático.

1.1. Podes falar-me um pouco sobre os conteúdos que costumas ver no telemóvel, no tablet, no computador ou na televisão?

1.2. Como é normalmente um dia teu em relação ao uso de TikTok, Instagram Reels ou YouTube Shorts?

(em que momentos do dia; durante quanto tempo; sozinho ou com amigos/familiares; em casa ou na escola; que tipo de vídeos vês/o que gostas de ver.)

1.3. Que tipos de vídeos curtos costumas ver mais?

(humor; gaming; lifestyle; beleza; fitness; política; notícias; escola; trends; opinião.)

1.4. Interages com algum destes conteúdos? De que forma?

(Gostar/Like; Comentar; Guardar; Repostar/Repost; Enviar a alguém)

1.5. Quando estamos a ver este tipo de vídeos, não costumamos pesquisar o que queremos ver. Como achas que o TikTok/Instagram/Youtube percebe aquilo de que gostas?

1.6. Além dos vídeos curtos, que outros tipos de media ou conteúdos digitais costumas consumir?

(séries; filmes; videojogos; streams; música; podcasts; redes sociais; televisão.)

1.7. Que dispositivos utilizas mais no teu dia a dia para consumir esses conteúdos?

(telemóvel; tablet; computador; televisão; consola.)

1.8. Que atividades costumas fazer fora dos ecrãs?

(desporto; música; leitura; atividades extracurriculares; tarefas domésticas; convívio; hobbies criativos.)

1.9. O teu consumo de vídeos varia ao longo da semana ou ao fim de semana? Em que momentos vês mais?

1.10. Como é que equilibras o tempo entre escola, hobbies, descanso e uso do telemóvel?

Bloco 2 - Atenção, impulsividade e relação com o consumo

Objetivo: explorar perceções subjetivas sobre autorregulação, distração e multitarefa digital.

2.1. Fala-me um pouco sobre o que costuma acontecer quando queres parar de ver vídeos curtos.

(facilidade/dificuldade; "só mais um vídeo"; perda da noção do tempo; vontade de continuar.)

2.2. Em que situações sentes mais vontade de abrir aplicações como TikTok, Instagram ou YouTube Shorts?

2.3. Que estratégias usas para controlar o tempo que passas no telemóvel ou nas redes sociais?

2.4. Em que momentos sentes mais dificuldade em controlar esse uso?

2.5. Costumas usar vídeos curtos enquanto fazes outras coisas ao mesmo tempo? Em quais tarefas?

(estudar; fazer trabalhos; jogar; ver televisão; ouvir música; comer; conversar.)

2.6. Que efeitos achas que este tipo de conteúdos pode ter nas pessoas da tua idade?

(Humor/estado de espírito; sono; relações com os outros; escola; paciência; atenção; memória; maneira de pensar; ansiedade; convivência.)

2.7. Como descreverias a sensação de estar a ver vídeos curtos durante muito tempo?

2.8. Sentes que afeta a tua atenção ou concentração?

2.9. Achas que pode alterar a atenção de outras pessoas da tua idade?

2.10. Que estratégias achas que se pode usar para que o telemóvel, o tablet, o computador ou a televisão não atrapalhem quando se está a fazer outras atividades?

Bloco 3 - Conteúdos consumidos, influência e perceções sociais

Objetivo: compreender a influência comercial e influência ideológica/social percebida.

3.1. Conta-me alguma situação em que um vídeo curto tenha influenciado algo que fizeste, quiseste experimentar ou passaste a gostar.

3.2. De que forma os vídeos curtos influenciam aquilo que as pessoas da tua idade querem comprar?

(roupa; tecnologia; comida; marcas; produtos online)

3.3. De que forma os vídeos curtos podem influenciar a maneira como os jovens pensam sobre a nossa sociedade? Consegues dar-me algum exemplo?

3.4. Achas que os vídeos curtos podem influenciar a forma como os jovens da tua idade se veem a si próprios?

Bloco 4 - Regras, controlo e gestão do uso digital

Objetivo: explorar mecanismos de regulação externa e autorregulação.

4.1. Conversas com os teus pais ou outros adultos sobre os conteúdos de alguns destes vídeos? Queres falar de algum exemplo específico?

4.2. Que regras existem em tua casa sobre o uso do telemóvel, Internet ou redes sociais?

4.3. E na escola?

4.4. Achas que essas regras são justas?

4.5. Costumas discutir as consequências do consumo deste tipo de vídeos ou das redes sociais em sala de aula?

4.6. Achas que os adultos e os jovens têm ideias diferentes sobre o que é usar demasiado o telemóvel, o tablet, o computador ou a televisão?

Bloco 5 - Estratégias e soluções

Objetivo: recolher propostas dos próprios participantes.

5.1. No geral, que problemas achas que existem atualmente no uso de vídeos curtos e redes sociais entre os jovens?

5.2. Na tua opinião, que estratégias ou cuidados poderiam ajudar os jovens a usar vídeos curtos e redes sociais de forma mais adequada?

5.3. Depois desta conversa, há alguma ideia que queiras acrescentar?

Anexo B

Consentimento Informado – Encarregado de Educação

Estudo sobre consumo de vídeos curtos e hábitos digitais em adolescentes

Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto (FPCEUP)

Exmo./a Senhor/a Encarregado/a de Educação,

1. Em que consiste o estudo?

No âmbito da minha dissertação de Mestrado em Psicologia da Educação e Desenvolvimento Humano da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, encontro-me a desenvolver um estudo orientado pela Doutora Ana Camacho e pela Professora Doutora Joana Cadima, relacionado com o consumo de vídeos curtos (por exemplo, TikTok, Instagram Reels e YouTube Shorts) por adolescentes.

O estudo pretende compreender:

- os hábitos de utilização de vídeos curtos e outros media digitais;
- as perceções dos jovens sobre atenção, concentração e uso do telemóvel;
- as formas como estes conteúdos influenciam o quotidiano, a escola, as relações sociais e os hábitos digitais dos adolescentes.

2. O que será pedido ao/à seu/sua educando/a?

O/A seu/sua educando/a será convidado/a a participar numa entrevista semiestruturada individual, realizada em contexto escolar, com duração aproximada de 30 minutos.

Durante a entrevista serão abordados temas como:

- hábitos de utilização de redes sociais e vídeos curtos;
- tipos de conteúdos consumidos;
- utilização de diferentes dispositivos digitais;
- impacto percebido do uso de redes sociais na atenção, concentração e vida escolar;
- regras familiares relativas ao uso do telemóvel e da Internet;
- opiniões e sugestões dos próprios jovens relativamente ao uso saudável destes meios digitais.

A entrevista não terá respostas certas ou erradas e os participantes poderão recusar responder a qualquer pergunta.

3. Aspetos éticos e confidencialidade

A participação é totalmente voluntária.

- Todos os dados recolhidos serão tratados de forma confidencial e utilizados exclusivamente para fins de investigação científica e académica.
- Os nomes dos participantes não serão associados às respostas, mantendo a confidencialidade.
- O/A educando/a poderá interromper a participação a qualquer momento, sem qualquer consequência escolar ou pessoal.
- A entrevista não envolve riscos acrescidos para os participantes.
- Não serão recolhidos dados considerados sensíveis para além daqueles estritamente necessários aos objetivos do estudo.

Com autorização prévia, a entrevista poderá ser gravada em áudio exclusivamente para facilitar a transcrição e análise dos dados. As gravações serão armazenadas de forma segura e destruídas após a conclusão do estudo.

4. Devolução dos resultados

Após a conclusão do estudo, será disponibilizado aos encarregados de educação e aos participantes uma pequena síntese dos principais resultados do estudo, sem qualquer identificação individual dos participantes.

Muito obrigada pela colaboração.

Inês Souteiro Bastos Alvim Serra

Estudante do Mestrado em Psicologia da Educação e Desenvolvimento Humano

Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto

Orientação:

Doutora Ana Camacho

Professora Doutora Joana Cadima

Contacto: up202106057@up.pt

✂ ----------

DECLARAÇÃO

Eu, _____, encarregado/a de educação do/a _____, declaro que tomei conhecimento da realização do estudo acima descrito e informo que:

☐ AUTORIZO a participação do/a meu/minha educando/a no estudo.

☐ AUTORIZO a gravação áudio da entrevista para fins exclusivos de investigação.

☐ NÃO AUTORIZO a participação do/a meu/minha educando/a no estudo.

Data: ____ / ____ / 2026

O/A Encarregado/a de Educação

_____

(Assinatura)

_____

FACULDADE DE **PSICOLOGIA E DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO**