PARECER SOBRE CONSEQUÊNCIAS DA EXPOSIÇÃO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES A CONTEÚDO AUDIOVISUAL IMPRÓPRIO À IDADE

A Sociedade Brasileira de Psicologia foi solicitada a redigir um documento que apresente *"estudos que, analisando a exposição de crianças e adolescentes a conteúdos pertinentes a uma classificação indicativa superior a suas idades, indiquem quais consequências esse tipo de situação pode ensejar para seus desenvolvimentos psicológicos e sociais",* e, por meio deste documento, vem prestar as informações que, sob melhor juízo, atendem à solicitação.

Debruçando-nos nos resultados advindos do levantamento de artigos científicos, mais especificamente em artigos de revisão sistemática (forma de **pesquisa** que utiliza como fonte de dados a literatura mundial sobre determinado tema) e metanálise (abordagem estatística que combina resultados de **estudos** relevantes para responder uma questão, consistindo, primariamente, em sintetizar as evidências disponíveis, e apontar áreas onde há necessidade de mais pesquisas), chamamos atenção, em primeira ordem, dos seguintes dados que nos farão apontar para os elementos significativos como respostas para a solicitação:

a) Os estudos levados em conta foram baseados em amostras superiores a dois mil participantes;

b) Faixa etária que incluía crianças e adolescentes;

c) Avaliação de etnias, sexo, condição socioeconômica, aspectos psicossociais, diferentes tipos de mídias e dispositivos eletrônicos (TV, rádio, celular, redes sociais, jogos de videogame);

d) Foram também consideradas diretrizes internacionais. Tentamos encontrar documentos sobre esta possibilidade em território nacional, lendo também o LENAD –

LEVANTAMENTO NACIONAL DE ÁLCOOL E DROGAS, e não encontramos direcionamentos dessa natureza;

e) Analisamos artigos sobre todos os temas pertinentes à solicitação feita pelo Ministério Público Federal.

1. Introdução

A Sociedade Brasileira de Psicologia elaborou este documento com informações sobre eventuais consequências da exposição de crianças e adolescentes a conteúdo audiovisual não recomendado à sua faixa etária, considerando que o sistema brasileiro de classificação indicativa é baseado em três temas: violência, sexo e drogas. Antes do parecer propriamente dito, é importante considerar algumas premissas para o melhor entendimento do que será exposto neste parecer.

Agressividade, violência, uso de substâncias e comportamento sexual de risco são fenômenos multideterminados. Isso significa que a exposição a conteúdo audiovisual impróprio é **um** dos fatores de risco que contribui para a ocorrência desses comportamentos, mas não pode ser considerado como "**a causa**" desses comportamentos. Isso fica mais claro quando se compreende os conceitos de fatores de risco e de proteção. Fatores de risco são aqueles que, quando presentes no contexto de vida de um indivíduo, aumentam a probabilidade de que ele desenvolva um problema em particular ou, se reduzido ou eliminado, reduz a probabilidade de ocorrência do problema. Fatores de proteção, por outro lado, são aqueles que moderam os efeitos de fatores de risco, de tal forma que reduzem seu impacto na probabilidade de ocorrência do problema (Bettio et al., 2019). Fenômenos comportamentais complexos, como a agressividade, o uso/abuso de substâncias e o comportamento sexual de risco dependem, portanto, de uma combinação de inúmeros fatores de risco e proteção, cujos pesos são sempre moderados por variáveis

individuais e culturais. Todas as pesquisas revisadas e que basearam o presente parecer seguem essa premissa.

O segundo ponto a ser esclarecido é que as pesquisas na área fazem referência geral à faixa etária dos indivíduos expostos aos conteúdos audiovisuais considerados impróprios. Isso significa que a distinção feita nos estudos se refere a resultados com "crianças" e "adolescentes", nem sempre com foco em faixas etárias específicas dentro desses grupos.

O terceiro ponto é que há dificuldades importantes em se distinguir atualmente o efeito isolado da exposição a um ou outro tipo de mídia (TV, internet, músicas, jogos eletrônicos, etc.). Apenas estudos mais antigos, conduzidos nas décadas de 1980 e 1990, foram capazes de isolar os efeitos da exposição à programação de TV, uma vez que essa era a mídia dominante na época. Estudos mais atuais costumam tratar desses efeitos de forma cumulativa, ou seja, considerando que conteúdo violento, por exemplo, pode ser consumido por crianças e adolescentes a partir de diferentes fontes e que os efeitos desse consumo se somam de diferentes formas.

O documento tratará, separadamente, dos efeitos relatados pela literatura científica da exposição a conteúdo audiovisual violento, de cunho sexual e relacionado ao consumo de drogas.

2. Exposição a conteúdo audiovisual violento

A popularização do acesso à TV, ocorrida sobretudo a partir dos anos de 1950, tem levado pesquisadores da área da Psicologia a buscar entender seus efeitos sobre várias instâncias do comportamento humano. Os efeitos da exposição a conteúdo violento tem sido certamente um dos mais pesquisados (Strasburger & Wilson, 2014). Esse interesse tem aumentado especialmente porque, nas últimas décadas, a população em geral, e crianças e adolescentes em especial, têm tido maior acesso a conteúdo audiovisual violento,

especialmente pelo advento dos videogames, da programação por streaming e do maior acesso à internet (Groves, Prot, & Anderson, 2020).

O efeito mais pesquisado da exposição a conteúdo audiovisual violento diz respeito ao aumento da probabilidade da criança ou adolescente apresentar, ele mesmo, comportamento agressivo ou violento, considerando que o termo **agressividade** refere-se a um continuum, que varia de atos mais leves, como xingar, até atos muito violentos, como roubar ou matar. Essa distinção é importante ao se analisar os efeitos da exposição de crianças e adolescentes a conteúdo audiovisual violento, como será visto adiante. Outra questão relevante a ser considerada é que, em geral, estudos robustos sobre o tema (i.e., com grande abrangência territorial e com número elevado de participantes) têm sido produzidos em países da América do Norte (Estados Unidos e Canadá) e alguns países da Europa. Não foram identificados estudos brasileiros sobre o tema que abrangessem um número elevado de indivíduos e amplitude geográfica significativa. Os resultados apresentados neste parecer, portanto, foram produzidos em outros países, o que deve levar a algum grau de cautela na generalização de seus resultados. As conclusões gerais da análise dos artigos revisados podem ser assim descritas:

a) A grande maioria das pesquisas concorda que a **exposição a conteúdo violento** na forma de filmes, programas de entretenimento, músicas e jogos (videogames e jogos online) **é um fator de risco** que aumenta a probabilidade de uma criança ou adolescente apresentar comportamento agressivo. Essa conclusão geral foi tirada a partir de inúmeros estudos independentes. A quantidade de exposição à violência pela TV na infância está correlacionada positivamente com comportamento agressivo na idade adulta, mostrando efeitos de longo-prazo e/ou cumulativos dessa exposição. Além disso, os estudos indicam que a percepção pela criança de que a violência apresentada na TV reflete a vida real, e a identificação dela com personagens violentos de filmes ou outros programas, foram preditores de maior comportamento agressivo na vida adulta. Essa relação foi identificada

independentemente do quanto os participantes do estudo eram agressivos na infância (Huesmann et al., 2003).

b) O risco é aumentado a depender da quantidade de exposição. Quanto maior essa exposição, especialmente durante a infância, maiores seus **efeitos cumulativos** ao longo do tempo (Coker et al., 2015).

c) A exposição precoce (antes dos 5 anos) a conteúdo violento na mídia está relacionada à **presença de comportamento antissocial no início do ensino fundamental**, como se vangloriar de suas realizações, contrariar os outros, envolver-se em comportamentos arriscados e não parecer se sentir preocupado com os sentimentos dos outros (Fitzpatrick et al., 2012).

d) Além disso, a exposição a conteúdo violento em diferentes mídias está relacionada à tendência dos indivíduos em avaliar de forma hostil diferentes situações, especialmente à tendência em perceber situações ambíguas como hostis e presumir que as pessoas irão reagir a potenciais conflitos de forma agressiva. É importante considerar que pensamentos e afetos agressivos são importantes fatores de risco proximais do comportamento agressivo. Em especial, a exposição a conteúdo violento pode ter efeitos cumulativos e de longo prazo sobre a forma mais ou menos hostil **como crianças e adolescentes avaliam o mundo e as situações à sua volta** (Bushman, 2016).

e) A exposição massiva a jogos de videogame violentos é um fator de risco importante para a **diminuição da empatia e comportamento pró-social** e para o sentimento de dessensibilização, especialmente no curto prazo (Anderson et al., 2010). Bushman e Anderson (2015) destacam uma característica relevante dos jogos violentos de videogames, que os torna diferentes da exposição a filmes violentos, por exemplo: nos filmes, o espectador tem a escolha de adotar a perspectiva do assassino ou da vítima, mas no videogame o jogador sempre toma a perspectiva do assassino.

f) **Não há evidências claras ou consistentes sobre a relação entre a exposição a conteúdo violento em diferentes tipos de mídia e a ocorrência de comportamento violento**, do tipo criminoso (Savage & Yancey, 2008). Ainda que haja uma relação entre a exposição precoce e massiva à violência pela mídia e o comportamento violento na vida adulta, é preciso considerar que essa exposição, "em si, não irá transformar uma criança ou adolescente normais, que têm poucos ou nenhum fator de risco, em um criminoso violento ou em um atirador de escola. Essa violência extrema é rara e tende a ocorrer quando múltiplos fatores de risco convergem no tempo, espaço e no mesmo indivíduo" (Bushman & Anderson, 2015, p. 1817).

Em **síntese**, há um consenso na literatura sobre os efeitos negativos da exposição a mídias violentas sobre o comportamento, o afeto e as cognições agressivas, tanto em curto quanto em longo prazo. Tais efeitos são cumulativos e essa exposição representa um fator de risco importante dentre os fatores que contribuem para a apresentação de comportamento agressivo por crianças e adolescentes.

3. Exposição a conteúdo relacionado ao uso/abuso de drogas

Há um corpo significativo de pesquisas tratando dos efeitos da exposição de crianças e adolescentes a conteúdo audiovisual que retrata o uso e/ou abuso de drogas (lícitas e ilícitas). As conclusões gerais podem ser assim descritas:

a) Há um corpo de pesquisa bem estabelecido que mostra que a exposição a conteúdo audiovisual retratando uso de substâncias lícitas e ilícitas está associada ao **aumento do risco de envolvimento em comportamentos de risco relacionados ao uso de diferentes substâncias**. Há evidências consistentes de que crianças, adolescentes e adultos jovens são altamente expostos a representações de uso de substâncias nos diferentes dispositivos eletrônicos (TV, rádio) e que essas representações estão associadas a uso de substâncias

(American College of Obstetricians and Gynecologists' Committee on Adolescent Health Care, 2016; The Impact of Media on Child and Adolescent Health, 2010; Collier et al, 2016; Stiglic & Viner, 2019).

b) Várias revisões rigorosas (sistemáticas e com metanálise) concluíram que a exposição ao conteúdo de álcool no marketing e na mídia **aumenta o risco de consumo de álcool** entre os jovens (crianças, adolescentes e adultos jovens) (Stiglic & Viner, 2019; Grigsby et al, 2016; Jackson, Janssen, & Gabrielli, 2018; Davis et al, 2019).

c) Assim como a mídia tradicional (por exemplo, televisão, filmes), a **mídia social pode influenciar** a tomada de decisões na direção do consumo dessas substâncias devido à popularidade e ao engajamento dos grupos (Stevens et al, 2019; Romer & Moreno, 2017).

d) Em comunidades de **vulnerabilidade socioeconômica**, há evidências de altos níveis de exposição a vários conteúdos relacionados a riscos para uso de substâncias no Facebook e no Instagram. Conteúdos com álcool e drogas são significativos. Crianças e adolescentes, em particular, estão expostos a um fluxo de sexo, drogas e violência nas mídias sociais, longe da supervisão e proteção de pais, responsáveis e idosos que podem ajudá-los a contextualizar esse conteúdo (Stevens et al, 2019; Lipari, 2017; Davis et al, 2019).

e) Os dados mostram que a força dos amigos é um laço estimulante para consumo desses conteúdos nas mídias sociais, principalmente para crianças e adolescentes de comunidades vulneráveis. A **exposição passiva ao conteúdo de risco** foi o tipo mais comum de engajamento. Entretanto, o envolvimento ativo com o conteúdo de risco, na forma de curtir ou postar, era muito menos comum. Isso sugere que, embora os jovens estejam expostos a riscos online, a maioria não está engajando, amplificando e divulgando ativamente esse conteúdo. E quando há participação dos pais com orientação, esse risco diminui (Stevens et al, 2017; Stevens et al, 2019).

f) Dado que as representações da mídia constituem uma fonte primária de aprendizado sobre o uso de substâncias, particularmente para crianças e adolescentes sem experiência direta de vida e, algumas vezes, sem orientação parental, a publicidade financiada pela indústria e as **representações de comportamentos de uso de substâncias na mídia são influências ambientais importantes** para o uso de substâncias por jovens. O marketing do álcool e a mídia retratam imagens favoráveis, associando o uso do álcool ao sucesso social, sexual e financeiro, com pouca descrição dos perigos de beber ou desencorajamento de beber. Isso é um reforço para a iniciação ao uso do álcool (Grigsby et al, 2016; Jackson, Janssen, & Gabrielli, 2018).

g) Além disso, as crianças e adolescentes são grandes consumidores de mídia de entretenimento e são altamente suscetíveis à influência da mídia devido à preocupação com a imagem e identidade pessoal que os torna mais propensos a se identificar e modelar o que vêem. Eles também carecem de capacidades cognitivas para distinguir a realidade retratada em anúncios de experiências da vida real e ainda estão desenvolvendo o controle executivo, o que os torna suscetíveis aos comportamentos de risco para uso de substâncias. **Há dados apontando que anúncios em TV, filmes e novelas que apresentam temas de "festa" com estilo de vida ou conteúdo orientado a imagens com álcool, mostram-se associados a um risco particularmente elevado de uso e iniciação de álcool por crianças, adolescentes e adultos jovens, sugerindo que pode haver valor nas restrições temáticas acima, além das políticas atuais que regulam onde e quando os anúncios são colocados (**Jackson, Janssen, & Gabrielli, 2018)**.**

h) Sobre o tabaco, há uma extensiva e contundente literatura com base em estudos laboratoriais, epidemiológicos, quantitativos e qualitativos, que transcendem a cultura e o nível socioeconômico, abrangendo crianças com 10/11 anos, adolescentes e adultos jovens, apontando que há uma **associação forte e dose-dependente entre exposição a produtos de tabaco, expostos em filmes, novelas, internet e outras formas de marketing/mídia, e**

o aumento e iniciação ao uso de tabaco pelos jovens. O conteúdo de marketing e mídia sobre tabagismo retrata temas que são atraentes para os jovens, como glamour, independência, rebeldia, romance, socialização e celebração. Inclusive há dados demonstrando que as chances de se tornar um usuário de tabaco aumentam aproximadamente duas vezes pela exposição ao marketing e à mídia (Shadel et al, 2012; Jackson, Janssen, & Gabrielli, 2018).

i) Diferentemente dos cigarros convencionais, os cigarros eletrônicos não estão sujeitos às regulamentações de marketing em diferentes países. Os cigarros eletrônicos são, frequentemente, retratados usando temas semelhantes aos usados para promover produtos de tabaco, incluindo conteúdo relacionado a status social, sexo e glamour, aprovação de celebridades e sabores atraentes para os jovens. Além disso, os anúncios de cigarros eletrônicos vendem a ideia de que esses produtos são "saudáveis" e apresentam vantagens em relação aos cigarros convencionais. Dado que os jovens relatam alta exposição na mídia, há uma preocupação legítima sobre o papel do marketing e divulgação de cigarros eletrônicos na estimulação de novos usuários de cigarros eletrônicos. A **exposição a conteúdo relacionado ao cigarro eletrônico está associada de maneira dose-dependente com o uso de cigarro eletrônico em adolescentes e adultos jovens**, bem como com maior estimulação através da **curiosidade** em experimentar cigarros eletrônicos entre os que nunca experimentaram (Jackson, Janssen, & Gabrielli, 2018; Agaku et al, 2017).

j) Há dados, também, apontando que o uso de substâncias por **celebridades (**TV, filmes, novelas) também aumenta a chance de iniciação ao uso de substâncias com o álcool e o tabaco (Garnet et al, 2021), pela representação de permissividade, liberdade para realizar as ações que desejam sem o crivo das autoridades parentais, de que os riscos são exagero das orientações dos pais e que mais trazem benefícios, ecoando uma mensagem positiva de empoderamento. Collins et al. (2017) discutem que é possível que este processo ocorra

através de um modelo de processamento de interpretação de mensagens, de modo que quando os jovens encontram mensagens da mídia sobre o uso de substâncias, aqueles que acham as mensagens mais semelhantes às suas próprias experiências (semelhança), mais atraentes (desejabilidade) e mais precisas em sua representação do mundo real (realismo) são mais propensos a incorporar essas mensagens em seu próprio pensamento. Essas percepções favoráveis das mensagens da mídia contribuem para que os jovens se identifiquem e desejem ver se em situações retratadas nessas mensagens (identificação).

k) Sobre as drogas, há uma carência maior de estudos científicos controlados para as diferentes drogas ilícitas. A droga que mais é objeto de estudo é a maconha. Embora a maconha não seja um produto novo em si, o cenário do uso de maconha está mudando principalmente com as recentes discussões sobre sua aprovação, normas e uso devido à legalização da maconha recreativa, em vários países, e a discussão da utilização de seus componentes para fins medicinais. Com isso, há dados demonstrando o aumento de publicidade de maconha por meio de mídia e marketing tradicionais e novos canais como no Youtube. O trabalho inicial nessa área indica que entre os adolescentes, a exposição à publicidade está associada às intenções de uso e ao próprio uso. Um estudo mais antigo, que analisava especificamente a exposição a conteúdos relacionados ao álcool e à maconha em músicas e filmes, mostrou associações diretas entre o aumento do uso de maconha e a exposição à música e o aumento do consumo de álcool associado a propagandas de filmes e novelas. Foram revisados oito estudos direcionados especialmente para crianças que demonstraram a associação entre **exposição à mídia e iniciação ao uso de maconha e álcool** (Garnett et al, 2021; Jackson, Janssen, & Gabrielli, 2018).

l) Artigos sobre a restrição aos conteúdos relacionados a drogas lícitas e ilícitas são escassos. Há dois estudos que demonstraram que aqueles programas de TV e filmes com acesso restrito por exibirem conteúdos adultos e associações com uso de substâncias estavam associados (dose-dependente) a um menor risco de iniciação ao álcool, tabaco e

maconha, menor risco de iniciação ao álcool um a dois anos depois e para a iniciação à maconha dois anos depois (Cox et al, 2018; Davis et al, 2019).

Assim, diante desse forte embasamento científico, **conclui-se que**:

- A exposição ao uso de substâncias através das diferentes mídias pode moldar as percepções dos jovens (crianças e adolescentes) sobre normas e expectativas relacionadas ao uso destas, influenciando diretamente a adoção posterior ao uso de drogas lícitas e ilícitas;
- A restrição durante a infância e início da adolescência, junto com orientação parental, podem exercer uma influência maior no não engajamento de comportamentos de risco, ajudando-os a internalizar comportamentos de segurança e proteção à saúde.

4. Exposição a conteúdo sexual

Os estudos revisados definem conteúdo sexual em diferentes tipos de mídia como referências verbais ou visuais a relações sexuais, incluindo carícias íntimas, mas que não envolvem pornografia. A pornografia é tratada separadamente e definida como qualquer produção comercial projetada para eliciar ou aumentar a excitação sexual, o que inclui a apresentação de nudez explícita, pessoas engajadas em carícias de conteúdo sexual e atos sexuais (violentos e não violentos) com genitália visível. Comportamento sexual de risco inclui o número de parceiros e sexo casual sem o uso de preservativo.

Alguns dos estudos revisados não focalizam especificamente a exposição de crianças ou adolescentes a conteúdo sexual, incluindo em suas amostras participantes adultos. Ainda assim, é importante destacar que, se os resultados aqui descritos aplicam-se a adultos, possivelmente descrevem efeitos do mesmo tipo em crianças e adolescentes.

a) Estudos cujo objetivo é verificar a relação entre o consumo de mídias com conteúdo sexual não explícito (i.e, aquelas que não envolvem pornografia) mostram que o consumo desse tipo de mídia é um **fator de risco** importante para o aumento de atitudes sexuais permissivas, para a aceitação de mitos relacionados ao estupro (como, por exemplo, culpar a mulher pelo estupro em função de sua vestimenta), e para a adoção de comportamento sexual de risco (como fazer sexo sem proteção). O consumo de mídia com conteúdo sexual não explícito foi correlacionado negativamente com a idade da iniciação sexual: **quanto maior o consumo desse tipo de mídia, menor a idade de iniciação sexual**. Todos esses efeitos foram mais significativos para adolescentes do que para adultos jovens (Coyne et al., 2019).

b) A exposição frequente e precoce (antes dos 16 anos) a **filmes** que apresentam conteúdo sexual (por exemplo, relações sexuais não explícitas ou carícias íntimas) é uma variável preditora de comportamentos sexuais de risco mais frequentes na vida adulta (maior número de parceiros sexuais e maior frequência de sexo casual sem uso de preservativos). Além disso, essa exposição frequente e precoce está relacionada à **idade mais precoce de iniciação sexual**, especialmente em meninos, uma vez que essa exposição acelera o curso normal de busca de sensações durante a adolescência (busca de emoção/aventura e maior susceptibilidade ao tédio) (O'Hara et al., 2012).

c) Estudos têm também tratado dos efeitos da exposição a mídias diversas (jogos, filmes, peças publicitárias, etc) cujo conteúdo é sexualizado. Conteúdo sexualizado é definido como a representação das pessoas como objetos sexuais, o que significa que a atratividade física dessas pessoas ou personagens está relacionada estritamente ao fato de "serem sexy". O conteúdo sexualizado nas mídias é predominantemente relacionado às mulheres, e pode variar desde a apresentação das mulheres seminuas (como nas propagandas, por exemplo), até conteúdo pornográfico, colocando a mulher em uma condição degradante (como em alguns jogos de videogame, por exemplo). A mídia sexualizada pode ser do tipo violenta

(por exemplo, retratando personagens tentando intencionalmente infligir danos físicos extremos a outros, como o estupro), ou do tipo não violenta (por exemplo, mídias que apenas apresentam pessoas vestidas de forma sexy, mas sem referência a ações violentas). A exposição à **mídia sexualizada do tipo violenta** está positivamente correlacionada com o **aumento do comportamento agressivo** (ou seja, quanto maior a exposição a esse tipo de mídia, maior a probabilidade de apresentação de comportamento agressivo). Essa relação provavelmente é explicada porque a exposição à mídia sexualizada do tipo violenta também está relacionada positivamente ao **aumento de pensamentos e atitudes agressivas.** Os estudos também verificam que a **exposição à mídia sexualizada** está positivamente correlacionada com algumas categorias específicas de comportamento sexual agressivo: **sexismo, objetificação, aceitação de mitos sobre o estupro** (por exemplo, que a mulher gosta de ser tratada sexualmente de forma agressiva), **desumanização e crenças violentas** (Burnay, Kepes, & Bushman, 2022).

d) A **e**xposição a diferentes mídias sexualizadas parece ter **efeitos similares em homens e em mulheres**, o que sugere que mulheres, ao serem expostas a esse tipo de conteúdo, tendem a internalizar modelos sobre como as mulheres sexualizadas (como as retratadas pela mídia) devem ser tratadas. Dessa forma, **mulheres expostas a mídias sexualizadas tendem a ter aumentados seus pensamentos, sentimentos, atitudes e comportamentos agressivos em relação a outras mulheres** (Burnay, Kepes, & Bushman, 2022).

e) Estudos de metanálise sobre os efeitos da exposição à pornografia sugerem que material pornográfico que apresenta temas de agressão, gratificação de impulsos e objetificação pode reforçar ou justificar comportamentos e crenças semelhantes ao conteúdo consumido, assim como a crença de que tal conteúdo retrata de forma apropriada a realidade. Com tais crenças, pessoas expostas à pornografia podem se engajar em atividades que não são socialmente aceitáveis ou mesmo desejáveis em nível individual. A **exposição à pornografia constitui-se, assim, como um importante fator de risco** que contribui

diretamente para o desenvolvimento de **atitudes e crenças disfuncionais em relação ao sexo** (Odone-Paolucci, Genius, & Violato, 2017). Além disso, a presença de comportamentos sexuais de risco em jovens tem sido associada ao consumo de pornografia de todos os tipos (Amare, Yeneabat, & Amare, 2019).

f) Há uma relação geral entre consumo de pornografia do tipo violenta por homens (que apresenta estupro, agressão sexual, degradação e/ou sadismo), e crenças/atitudes que dão suporte à **violência contra a mulher**. Esse consumo é um fator de risco ainda mais importante para homens que apresentam outros fatores de risco para agressão sexual, o que mostra um **efeito cumulativo entre fatores de risco** (Hald, Malamuth, & Yuen, 2010).

Em **síntese**, as pesquisas mostram que a exposição a mídias sexualizadas são um fator de risco relevante para comportamento sexual de risco, iniciação sexual precoce e para o desenvolvimento de crenças, atitudes e comportamentos sexuais agressivos. Em especial, a exposição à pornografia e à mídia sexualizada do tipo violenta pode contribuir para as atitudes de violência contra a mulher, como o sexismo, a objetificação e a aceitação de mitos em relação ao estupro.

5. Mediação parental

Uma forma de mitigar alguns dos efeitos negativos do uso excessivo ou inadequado de mídias tem sido chamado de "mediação parental de mídia" (*parental mediation of media*), ou "monitoramento parental do uso de mídias" (Collier et al., 2016; Padilla-Walker et al., 2012). A literatura define três tipos de mediação. A *mediação restritiva* é aquela que ocorre quando os pais estabelecem regras que limitam o tempo gasto pela criança ou adolescente consumindo mídias (TV, videogames ou internet), ou que controlam o conteúdo ao qual os filhos têm acesso. A *mediação ativa* é aquela na qual os pais discutem com os filhos sobre os temas, personagens e suas escolhas/ comportamentos ou outros

componentes da mídia consumida, com o objetivo de promover o pensamento crítico dos filhos em relação ao que consomem. A mediação do tipo *consumir em conjunto* (*coviewing*) é aquela na qual os pais consomem a mídia junto com seus filhos (e.g., jogam junto com eles, assistem com eles programas de TV ou ouvem músicas com eles) (Collier et al., 2016). As pesquisas têm mostrado que a mediação parental de mídia tem um efeito, primeiro, na forma como crianças ou adolescentes percebem o conteúdo consumido e a própria mídia em si, o que pode afetar as consequências comportamentais do uso das mídias. Mais especificamente, cada tipo de mediação tem seus efeitos sobre as consequências do uso de mídias por crianças e adolescentes.

Collier et al. (2016) conduziram uma metanálise sobre estudos que investigavam a influência da mediação parental de mídia sobre as consequências do consumo de mídias por crianças e adolescentes: tempo de consumo de mídias, agressividade, uso/abuso de substâncias (lícitas ou ilícitas) e comportamento sexual. Mais especificamente, o objetivo dos autores foi "examinar se a mediação parental é bem-sucedida em mitigar conhecidos efeitos do uso de mídias" (p. 801). Os resultados mais relevantes desse estudo estão descritos a seguir.

a) A *mediação restritiva* parece ser mais efetiva em diminuir o tempo de consumo de mídias, além de prevenir a exposição de crianças e adolescentes a conteúdo não compatível com a idade da criança. O estudo mostrou que esse tipo de mediação tem efeitos positivos sobre comportamento sexual de risco (por exemplo, prevenindo iniciação sexual precoce e gravidez indesejada). No entanto, o estudo não identificou efeitos desse tipo de mediação sobre o comportamento agressivo e o uso de substâncias influenciados pela exposição excessiva e inadequada a mídias.

b) O estudo indicou que a *mediação ativa* pode ter um efeito protetivo sobre a vulnerabilidade de crianças aos efeitos negativos de diferentes mídias sobre a agressividade, uso de substâncias e comportamento sexual de risco, mas com nenhum efeito

sobre o tempo despendido em mídias. O estudo mostrou que a mediação ativa está associada a menores níveis de comportamento agressivo em crianças e adolescentes. Esses efeitos talvez estejam relacionados ao fato de que a mediação crítica dos pais pode ajudar a combater mensagens de diferentes mídias que tratam a violência como justificável ou normativa. A mediação ativa também foi relacionada à diminuição do desejo de usar substâncias (lícitas ou ilícitas) por crianças e adolescentes e à diminuição de consequências negativas da exposição a conteúdo sexual impróprio.

c) De acordo com o estudo, a *mediação do tipo consumir em conjunto* está associada ao aumento do comportamento agressivo e do tempo de uso de mídias, mas não é possível concluir que esse tipo de mediação está associado ao uso de substâncias ou a comportamento sexual posterior. Esses resultados sugerem que o consumo em conjunto reforça os padrões de consumo de mídia pelos filhos, funcionando como uma espécie de modelo de conduta. Dessa forma, crianças e adolescentes podem passar a despender maior tempo consumindo mídias e se expondo mais a conteúdo inadequado à sua idade, o que explicaria o aumento nos níveis de comportamento agressivo. A presença dos pais enquanto os filhos consomem certos tipos de conteúdo pode funcionar como uma aprovação implícita desse tipo de conteúdo, o que sugere que os pais devem tomar cuidado com o que, e o quanto consomem nas diferentes mídias.

6. Conclusão geral

A literatura científica apresenta vários indicativos robustos de que a exposição a conteúdos violentos, sexualizados e apresentando consumo de drogas, em diferentes tipos de mídias (TV, internet, filmes, músicas, redes sociais, propagandas e jogos de videogame) é um fator de risco importante para o desenvolvimento de vários tipos de comportamento de risco para crianças e adolescentes, como destacado na análise feita anteriormente. Disso se conclui que a classificação etária de conteúdo audiovisual é um balizador importante

para pais e responsáveis por crianças e adolescentes, uma vez que as pesquisas indicam fortemente que a exposição a conteúdos audiovisuais acima da faixa etária recomendada é lesiva ao adequado desenvolvimento psicológico, social e emocional de crianças e adolescentes. Além disso, a literatura científica indica que a mediação parental é um importante fator de proteção sobre a vulnerabilidade de crianças e adolescentes aos efeitos negativos de diferentes conteúdos veiculados pelas mídias.

Parecer elaborado pela diretoria da Sociedade Brasileira de Psicologia:
Andréia Schmidt (Presidente)
Ricardo Gorayeb (Vice-Presidente)
Lisiane Bizarro Araújo (Secretária Geral)
Maycoln Leôni Martins Teodoro (1º Secretário)
Katie Almondes (2ª Secretária)
Renata Tamie Nakao (1ª Tesoureira)
João Gabriel Nunes Modesto (2º Tesoureiro)

Colaboração:
Profa. Michele Poletto

7. Referências

Agaku, I.T., Davis, K., Patel, D., Shafer, P., Cox, S., Ridgeway, W., et al. (2017). A longitudinal study of the relationship between receptivity to e-cigarette advertisements and e-cigarette use among baseline non-users of cigarettes and e-cigarettes, United States. Tob Induc Dis., 15(1), 42.

Amare, T., Yeneabat, T., & Amare, Y. (2019). A systematic review and meta-analysis of epidemiology of risky sexual behaviors in college and university students in Ethiopia, 2018. *Journal of Environmental and Public Health*, *2019*, 4852130.

American College of Obstetricians and Gynecologists' Committee on Adolescent Health Care. Committee Opinion No. 653: Concerns Regarding Social Media and Health Issues in Adolescents and Young Adults. Obstet Gynecol. 2016 Feb;127(2): e62-5.

Anderson, C. A., & Bushman, B. J. (2002). The general aggression model: An integrated social-cognitive model of human aggression. *Annual Review of Psychology*, *53*, 27–51.

Anderson, C. A., Shibuya, A., Ihori, N., Swing, E. L., Bushman, B. J., Sakamoto, A., ... & Saleem, M. (2010). Violent video game effects on aggression, empathy, and prosocial behavior in eastern and western countries: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, *136*(2), 151-173.

Bettio, C. D. B., Bazon, M. R., & Schmidt, A. (2019). Risk and protective factors for language development delay. *Psicologia em Estudo*, *24*, e41889.

Burnay, J., Kepes, S., & Bushman, B. J. (2022). Effects of violent and nonviolent sexualized media on aggression- related thoughts, feelings, attitudes, and behaviors: A meta- analytic review. *Aggressive Behavior*, *48*(1), 111-136.

Bushman, B. J. (2016). Violent media and hostile appraisals: A meta- analytic review. *Aggressive Behavior*, *42*(6), 605-613.

Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2015). Understanding causality in the effects of media violence. *American Behavioral Scientist*, *59*(14), 1807-1821.

Coker, T. R., Elliott, M. N., Schwebel, D. C., Windle, M., Toomey, S. L., Tortolero, S. R., ... & Schuster, M. A. (2015). Media violence exposure and physical aggression in fifth-grade children. *Academic Pediatrics*, *15*(1), 82-88.

Collier, K. M., Coyne, S. M., Rasmussen, E. E., Hawkins, A. J., Padilla-Walker, L. M., Erickson, S. E., & Memmott-Elison, M. K. (2016). Does parental mediation of media influence child outcomes? A meta-analysis on media time, aggression, substance use, and sexual behavior. *Developmental Psychology*, *52*(5), 798-812.

Collins, R.L., Martino, S.C., Kovalchik, S.A., D'Amico, E.J., Shadel, W.G., Becker, K.M., & Tolpadi A. (2017). Exposure to alcohol advertising and adolescents' drinking beliefs: Role of message interpretation. *Health Psychology*, 36(9), 890–897. 10.1037/hea0000521.

Cox, M. J., Gabrielli, J., Janssen, T., & Jackson, K. M. (2018). Parental restriction of movie viewing prospectively predicts adolescent alcohol and marijuana initiation: implications for media literacy programs. *Prevention Science*, *19*(7), 914-926.

Coyne, S. M., Ward, L. M., Kroff, S. L., Davis, E. J., Holmgren, H. G., Jensen, A. C., ... & Essig, L. W. (2019). Contributions of mainstream sexual media exposure to sexual attitudes, perceived peer norms, and sexual behavior: A meta-analysis. *Journal of Adolescent Health*, *64*(4), 430-436.

Davis, J. P., Pedersen, E. R., Tucker, J. S., Dunbar, M. S., Seelam, R., Shih, R., & D'Amico, E. J. (2019). Long-term associations between substance use-related media exposure, descriptive norms, and alcohol use from adolescence to young adulthood. *Journal of Youth and Adolescence*, *48*(7), 1311-1326.

Fitzpatrick, C., Barnett, T., & Pagani, L. S. (2012). Early exposure to media violence and later child adjustment. *Journal of Developmental & Behavioral Pediatrics*, *33*(4), 291-297.

Garnett, C., Perski, O., Beard, E., Michie, S., West, R., & Brown, J. (2021). The impact of celebrity influence and national media coverage on users of an alcohol reduction app: A natural experiment. *BMC public health*, *21*(1), 1-11.

Gentile, D. A., & Bushman, B. J. (2012). Reassessing media violence effects using a risk and resilience approach to understanding aggression. *Psychology of Popular Media Culture*, *1*(3), 138-151.

Grigsby, T. J., Forster, M., Unger, J. B., & Sussman, S. (2016). Predictors of alcohol-related negative consequences in adolescents: A systematic review of the literature and implications for future research. *Journal of Adolescence*, *48*, 18-35.

Groves, C., Prot, S., & Anderson, C. (2020). Violent media use and violent outcomes. In M. Potenza, K. Faust, & D. Faust (Eds), *The Oxford Handbook of Digital Technologies and Mental Health* (pp. 202-2011). Oxford University Press.

Hald, G. M., Malamuth, N. M., & Yuen, C. (2010). Pornography and attitudes supporting violence against women: Revisiting the relationship in nonexperimental studies. *Aggressive Behavior: Official Journal of the International Society for Research on Aggression*, *36*(1), 14-20.

Huesmann, L. R., Moise-Titus, J., Podolski, C. L., & Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*, *39*(2), 201-221.

Jackson, K. M., Janssen, T., & Gabrielli, J. (2018). Media/marketing influences on adolescent and young adult substance abuse. *Current Addiction Reports*, *5*(2), 146-157.

Lipari, R. N. (2017). Exposure to substance use prevention messages among adolescents. In: The CBHSQ Report. Rockville (MD): Substance Abuse and Mental Health Services Administration (US).

Loveless, M. (2016). Concerns regarding social media and health issues in adolescents and young adults. *Obstetrics and Gynecology*, *127*(2), E62-E65.

O'Hara, R. E., Gibbons, F. X., Gerrard, M., Li, Z., & Sargent, J. D. (2012). Greater exposure to sexual content in popular movies predicts earlier sexual debut and increased sexual risk taking. *Psychological Science*, *23*(9), 984-993.

Oddone-Paolucci, E., Genuis, M., & Violato, C. (2017). A meta-analysis of the published research on the effects of pornography. In *The changing family and child development* (pp. 48-59). Routledge.

Padilla-Walker, L. M., Coyne, S. M., Fraser, A. M., Dyer, W. J., & Yorgason, J. B. (2012). Parents and adolescents growing up in the digital age: Latent growth curve analysis of proactive media monitoring. *Journal of Adolescence*, *35*, 1153–1165.

Romer, D., & Moreno, M. (2017). Digital media and risks for adolescent substance abuse and problematic gambling. *Pediatrics*, *140*(Supplement_2), S102-S106.

Savage, J., & Yancey, C. (2008). The effects of media violence exposure on criminal aggression: A meta-analysis. *Criminal Justice and Behavior*, *35*(6), 772-791.

Shadel, W.G., Martino, S.C., Setodji, C., Scharf, D. (2012). Momentary effects of exposure to prosmoking media on college students' future smoking risk. *Health Psychology*, *31*(4), 460.

Slater, M. D., & Henry, K. L. (2013). Prospective influence of music-related media exposure on adolescent substance-use initiation: a peer group mediation model. *Journal of Health Communication*, *18*(3), 291-305.

Stevens, R., Bleakley, A., Hennessy, M., Dunaev, J., & Gilliard-Matthews, S. (2019). # digital hood: Engagement with risk content on social media among black and Hispanic youth. *Journal of Urban Health*, *96*(1), 74-82.

Stevens, R., Gilliard-Matthews, S., Dunaev, J., Woods, M.K., Brawner, B.M., et al. (2017). The digital hood: social media use among youth in disadvantaged neighborhoods. *New Media Society*, *19*(6), 950–967.

Stiglic, N., & Viner, R. M. (2019). Effects of screentime on the health and well-being of children and adolescents: a systematic review of reviews. *BMJ Open*, *9*(1), e023191.

Strasburger, V. C., & Wilson, B. J. (2014). Television violence: Sixty years of research. In D. A. Gentile (Ed.), *Media violence and children: A complete guide for parents and professionals* (pp. 135–177). Praeger/ABC-CLIO.

The Impact of Media on Child and Adolescent Health. Common Sense Media, 2010. USA

Material recomendado "Como tornar realidade a segurança on-line para crianças":
https://childonlinesafetytoolkit.org/wp-content/uploads/2022/05/5Rights-Child-Online-Safety-Toolkit-Brazilian-Portuguese.pdf