

Consumo de mídias digitais por jovens universitários: Uma análise sobre subjetividade e sociedade

Emily Maria Barros Carvalho ¹

RESUMO

Nunca houve tanto acesso à tecnologia como na atualidade. A geração que hoje chamamos de jovens adultos cresceu envolvida pelas mídias digitais, acompanhando o surgimento e a expansão da internet. Uma infinidade de conteúdos é disponibilizada diariamente, tanto para agradar seus usuários, como para manter suas atenções. Diante deste panorama decidiu-se investigar as influências subjetivas e sociais do consumo de mídias digitais por jovens acadêmicos e seus impactos na graduação. Para tanto, realizou-se uma pesquisa do tipo quali-quantitativa e de viés exploratório a partir de um questionário alojado na plataforma Google Forms, composto de perguntas abertas e fechadas, acessada por 36 respondentes, estudantes universitários, na faixa etária entre 18 e 28 anos. A análise das informações coletadas foi realizada a partir da análise de conteúdo mista, a partir da qual se estabeleceu duas categorias a posteriori: “jovens universitários e o consumo de mídias digitais” e “efeito das mídias na dimensão subjetiva e na graduação”. O estudo atual sublinhou a complexa relação entre jovens e o consumo de conteúdo digital, que é caracterizado como excessivo, frequentemente associado a sentimentos positivos, como relaxamento e entretenimento. No entanto, é crucial notar que o uso prolongado pode desencadear sentimentos negativos, como irritação e culpa, evidenciando o impacto dessas interações na forma como esses jovens abordam seu progresso acadêmico e desenvolvimento pessoal.

Palavras-chave: Internet e Subjetividade, Jovens, Acadêmicos.

¹ Mestranda do Curso de Patrimônio Cultural e Sociedade da UNIVILLE - Universidade da Região de Joinville emilybarros-carvalho@gmail.com