

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

Digital media consumption among university students: An analysis on subjectivity and society

Consumo de medios digitales por jóvenes universitarios: Un análisis sobre subjetividad y sociedad

Recebido: 17/03/2024 | Revisado: 28/03/2024 | Aceitado: 30/03/2024 | Publicado: 31/03/2024

**Emily Maria Barros Carvalho**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9665-2481>  
Universidade da Região de Joinville, Brasil  
E-mail: [emilybarros-carvalho@gmail.com](mailto:emilybarros-carvalho@gmail.com)

**Marilene Wittitz**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0238-9721>  
Universidade da Região de Joinville, Brasil  
E-mail: [Marilene.wittitz@hotmail.com](mailto:Marilene.wittitz@hotmail.com)

### 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:** Subjetividade e internet; Internet; Acadêmicos.

### Abstract

There has never been as much access to technology as there is today. The generation we now refer to as young adults has grown up surrounded by digital media, witnessing the emergence and expansion of the internet. An abundance of content is made available daily, both to please its users and to capture their attention. Faced with this landscape, a decision was made to investigate the subjective and social influences of digital media consumption on young academics and its impacts on their education. To this end, a qualitative-quantitative and exploratory study was conducted through a questionnaire hosted on the Google Forms platform. The questionnaire, consisting of both open-ended and closed-ended questions, was accessed by 36 respondents university students aged between 18 and 28 years old. The analysis of the collected information was conducted through mixed content analysis, leading to the establishment of two categories a posteriori: "university students and the consumption of digital media" and "the effect of media on the subjective dimension and education.". The current study emphasized the complex relationship between young individuals and the consumption of digital content, characterized as excessive and often associated with positive feelings such as relaxation and entertainment. However, it is crucial to note that prolonged use can trigger negative emotions like irritation and guilt, highlighting the impact of these interactions on how these young individuals approach their academic progress and personal development.

**Keywords:** Subjectivity and internet; Internet; Academics.

### Resumen

Nunca ha habido tanto acceso a la tecnología como en la actualidad. La generación que hoy llamamos jóvenes adultos ha crecido inmersa en los medios digitales, siguiendo el surgimiento y la expansión de internet. Diariamente se ofrece una infinidad de contenido, tanto para complacer a sus usuarios como para mantener su atención. Ante este panorama, se decidió investigar las influencias subjetivas y sociales del consumo de medios digitales por parte de jóvenes académicos y sus impactos en la educación universitaria. Para ello, se llevó a cabo una investigación cuali-cuantitativa y de enfoque exploratorio a partir de un cuestionario alojado en la plataforma Google Forms, compuesto por

preguntas abiertas y cerradas, al que respondieron 36 estudiantes universitarios en edades comprendidas entre los 18 y los 28 años. El análisis de la información recopilada se realizó a través de un análisis de contenido mixto, a partir del cual se establecieron dos categorías a posteriori: "jóvenes universitarios y el consumo de medios digitales" y "efecto de los medios en la dimensión subjetiva y en la educación universitaria". El estudio actual resaltó la compleja relación entre los jóvenes y el consumo de contenido digital, que se caracteriza como excesivo, a menudo asociado a sentimientos positivos como relajación y entretenimiento. Sin embargo, es crucial notar que el uso prolongado puede desencadenar sentimientos negativos, como irritación y culpa, evidenciando el impacto de estas interacciones en la forma en que estos jóvenes abordan su progreso académico y desarrollo personal.

**Palabras clave:** Subjetividad e internet; Internet; Académicos.

## 1. Introdução

[...] O jovem deve ser considerado uma pessoa em desenvolvimento físico e mental e, por isso, merecedor de atenção especial, de prioridade absoluta e de que sejam levadas em consideração as suas necessidades atuais, iminentes, sem se esquecer de que todas essas atitudes influenciam no futuro (Brasil, 2013, seção VIII, parágrafo único).

A geração que hoje chamamos de jovens adultos cresceu diretamente ligada às mídias no Brasil, acompanhando o surgimento e a expansão da internet. Sendo um grupo que, majoritariamente, contou com grande consumo tecnológico desde a infância. Apesar destas características, esta faixa etária não foi contemplada com grandes estudos que reflitam quanto aos reflexos atuais de seus consumos digitais (Strasburger et al., 2011).

Nunca houve tanto acesso à tecnologia como na atualidade. Uma infinidade de conteúdos é disponibilizada diariamente, produzidos para agradarem seus usuários e manterem suas atenções. As inúmeras oportunidades proporcionadas pela internet atraem, especialmente, os usuários mais jovens (White, 2016).

Com o crescente consumo de mídias digitais, existe uma necessidade de entender como sua naturalização vem impactando as pessoas e a sociedade, sendo de grande importância demarcar tais influências (Strasburger et al., 2011).

De acordo com Zatti e Luna (2022), os jovens adultos são a grande maioria nos ambientes acadêmicos. O ingresso no ensino superior apresenta suas próprias particularidades, envolvendo o jovem no enfrentamento de diversos desafios e demandas, sendo necessário repensar hábitos e realizar adaptações que garantam sua participação ativa dentro deste ambiente educacional e uma aprendizagem adequada.

Considerando-se esse panorama, decidiu-se investigar as influências subjetivas e sociais do consumo de mídias digitais por jovens acadêmicos e seus impactos na graduação. Este artigo apresenta inicialmente a fundamentação teórica, o percurso metodológico, seguido da análise e discussão dos resultados, para então, adentrar às considerações finais.

## 2. Metodologia

Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade da Região de Joinville – Univille, sob o protocolo número 6.200.566.

Trata-se de uma pesquisa exploratória que aborda o tema através de um viés quali-quantitativo. Este tipo de pesquisa conta com o propósito de trazer maior familiaridade ao problema, tornando-o mais explícito e se preocupando em identificar os fatores que contribuem para a ocorrência dos fenômenos a serem estudados (Gil, 2007). A pesquisa quali-quantitativa (ou mista) é uma modalidade de pesquisa que envolve dados qualitativos e quantitativos em sua coleta, busca relacionar ambos proporcionando uma visão mais ampla daquilo que é estudado, integrando informações que vão além de dados apenas quantitativos ou apenas qualitativos (Creswell, 2021).

Para o acesso à amostra, foi utilizado o método snowball (bola de neve), divulgado de forma online, nas redes sociais da pesquisadora acadêmica, solicitando primeiro aos participantes que aceitem os termos de participação, conforme descrito no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), que antecedeu o acesso ao instrumento de coleta de dados. Através de

suas redes particulares de amizades, os indivíduos que participaram da pesquisa puderam indicar novos participantes.

O modelo snowball (bola de neve) é um método simples que se baseia em redes de comunicação e na indicação de outros indivíduos para serem participantes (Handcock & Gile, 2011).

O instrumento de coleta de dados utilizado neste estudo, na forma de um questionário online, apresentava uma estrutura composta por um conjunto de 24 perguntas divididas em três categorias principais: Perguntas fechadas: são perguntas que oferecem opções predefinidas de resposta, onde os participantes selecionam uma ou mais opções. No questionário apresentado há um total de 13 perguntas fechadas; Perguntas abertas: são perguntas que permitem que os participantes forneçam respostas livres e não restritas por opções predefinidas. No questionário apresentado há um total de 10 perguntas abertas; Perguntas mistas (parte aberta, parte fechada): são perguntas que combinam elementos de ambas as abordagens. Por exemplo, algumas perguntas podem começar com uma escolha de resposta fechada e, em seguida, permitir que o participante forneça uma resposta mais detalhada em um campo de texto aberto. Isso permite obter informações quantitativas e qualitativas sobre determinado tópico. No questionário apresentado há um total de 1 pergunta mista.

Essa combinação de perguntas fechadas e abertas permitiu coletar informações detalhadas relacionadas ao perfil do participante e seus hábitos de consumo digital, bem como suas percepções e experiências pessoais, tornando o questionário abrangente e informativo.

Para sua realização, foi necessário levar em consideração alguns critérios de inclusão dos participantes. Foram convidados a participar da pesquisa jovens adultos, com idade entre 18 e 28 anos, com estado de saúde que não fosse impeditivo para emitir suas respostas ao questionário e que estivessem cursando o ensino superior. O levantamento de dados se desenvolveu através de um questionário online, o qual foi disponibilizado em conjunto ao TCLE, na plataforma Google, acerca do acesso às mídias mais consumidas, formato, subjetividade do consumo e reflexos na vida acadêmica. A mostra totalizou 36 respondentes.

Foi proposto como obrigatória a leitura e aceite do TCLE para a participação da pesquisa. Os participantes que optaram por receber uma cópia digital do estudo e resultados, o receberam por e-mail.

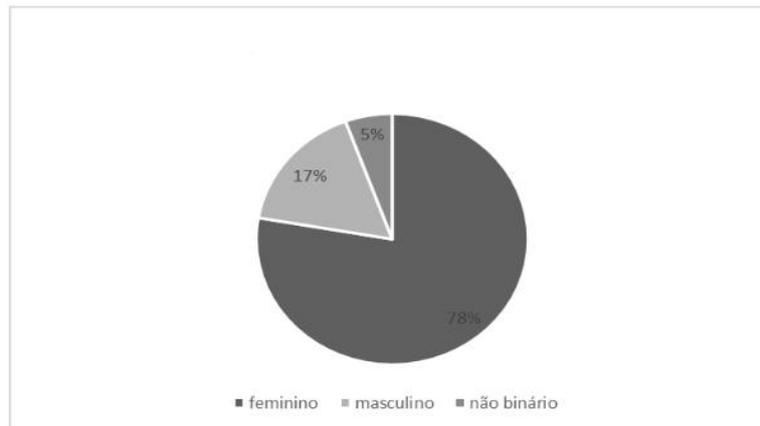
Como medida de preservação da identidade dos participantes, foram utilizados nomes de personagens de séries sitcoms, contribuindo significativamente para a análise dos dados qualitativos, enriquecendo o contexto e a compreensão das respostas dos participantes.

Para a análise das informações coletadas foi utilizada a análise de conteúdo mista, sendo uma abordagem de pesquisa que combina métodos qualitativos e quantitativos para analisar dados de maneira complementar, integrando as informações de maneira mais completa (Gil, 2008). Estabeleceu-se duas categorias a posteriori: “jovens universitários e o consumo de mídias digitais” e “efeito das mídias na dimensão subjetiva e na graduação”.

### **3. Resultados e Discussão**

Inicialmente considera-se relevante apresentar algumas características dos trinta e seis (36) respondentes. O Gráfico 1, a seguir, mostra a composição de gênero dos participantes.

**Gráfico 1** – Gênero dos jovens acadêmicos participantes da pesquisa.

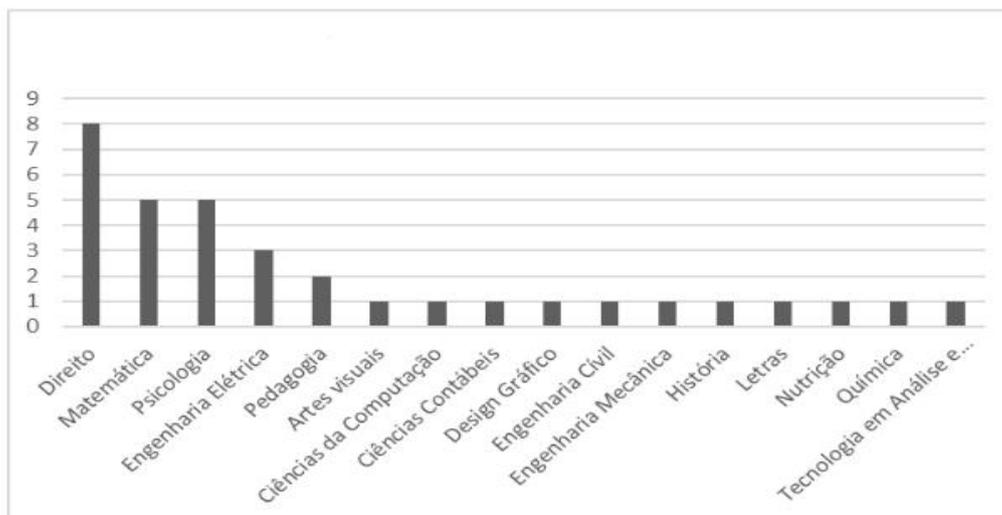


Fonte: Primária. Elaborado pelas autoras (2023).

Revela-se uma maioria feminina, com 28 participantes (77,8%) identificando-se como do gênero feminino. Este dado pode sugerir uma representatividade feminina significativa no contexto da pesquisa, indicando tendências específicas a serem exploradas. Por outro lado, 6 (16,7%) participantes identificaram-se como do gênero masculino, enquanto 2 (5,6%) se identificaram como não binários. A inclusão de indivíduos não binários na amostra é relevante e pode enriquecer a diversidade de perspectivas abordadas no estudo.

O Gráfico 2, na sequência, apresenta de forma clara e objetiva a estruturação dos programas de graduação nos quais os participantes deste estudo estão atualmente matriculados. Esse gráfico proporciona uma visão detalhada da distribuição dos cursos acadêmicos.

**Gráfico 2** – Cursos de Graduação dos participantes.



Fonte: Primária. Elaborado pelas autoras (2023).

Conforme evidenciado no Gráfico 2, no que concerne aos cursos de graduação em que os participantes estão matriculados, observou-se uma notável diversificação, embora a predominância seja claramente atribuída aos cursos de Direito (23,4%), Licenciatura em Matemática (14,55%) e Psicologia (14,55%) quando compara-se com os demais; Engenharia Elétrica (8,81%), Pedagogia (5,9%), os cursos de Artes Visuais, Ciências da Computação, Ciências Contábeis, Design Gráfico, Engenharia Civil, Engenharia mecânica, História, Letras, Nutrição, Química e Tecnologia em Análise e Desenvolvimento com

igualmente 2,9%.

Pode-se ressaltar ainda, que 88,9% dos entrevistados realizam sua graduação de forma presencial, enquanto apenas 11,1% realizam à distância; 55,6% dos entrevistados trabalham em contraturno, enquanto 44,4% não trabalham.

Essa análise detalhada das características dos participantes fornece um panorama abrangente do contexto em que a pesquisa foi realizada, contribuindo para uma interpretação mais rica dos resultados obtidos e possibilitando uma compreensão mais profunda das influências individuais nas respostas dos participantes.

### Jovens universitários e o consumo de mídias

Esta categoria objetivou analisar a relação dos indivíduos com as mídias que consomem. Neste contexto, buscou-se não apenas identificar os padrões de uso, mas também compreender a dimensão subjetiva dessa relação. Uma lista de múltipla escolha, que possibilitava aos participantes optar por uma ou mais respostas, foi disponibilizada para que o participante pudesse demarcar os sites e aplicativos que costumam fazer uso, sendo aberto ainda um campo para novos serem adicionados no caso de não constarem na lista, conforme apresentado na Tabela 1.

**Tabela 1** – Mídias e plataformas acessadas com maior frequência pelos jovens acadêmico.

Mídias e plataformas	Acesso por usuários
<i>Instagram</i>	94,4%
<i>WhatsApp</i>	94,4%
<i>Spotify</i>	83,3%
<i>YouTube</i>	80,6%
<i>Google</i>	77,8%
<i>Pinterest</i>	52,8%
<i>Shein</i>	52,8%
<i>Twitter</i>	52,8%
<i>TikTok</i>	51,7%
<i>Amazon</i>	38,9%
<i>Shopee</i>	33,3%
<i>Telegram</i>	25%
<i>Lindekl</i>	25%
<i>Discord</i>	22,2%
<i>AliExpress</i>	14,4%
<i>Facebook</i>	16,7%
<i>Reddit</i>	16,7%
<i>Steam</i>	16,7%
<i>CNN</i>	11,1%
<i>Globo</i>	11,1%
<i>Twitch</i>	11,1%
<i>Mercado Livre</i>	8,3%
<i>Wikipedia</i>	8,3%
<i>Pornhub</i>	5,6%
<i>Snapchat</i>	5,6%
<i>Crunchyroll</i>	5,6%
<i>Wattpad</i>	5,6%
<i>Amazon Prime Video</i>	2,8%
<i>Netflix</i>	2,8%
<i>AO3</i>	2,8%

<i>Kwaii</i>	2,8%
<i>Magayabu</i>	2,8%
Estadão	2,8%
Tinder	2,8%
<i>Bet365</i>	2,8%
Uol	2,8%

---

Fonte: Elaborado pelas autoras (2023).

Ao analisar a Tabela 1, notam-se mídias que se destacam significativamente em termos de registro entre os participantes da pesquisa. Dentre as mídias mais notáveis destacam-se o Instagram (94,4%), WhatsApp (94,4%), Spotify (83,3%), YouTube (80,6%), Google (77,8%), Pinterest (52,8%), Shein (52,8%), Twitter (52,8%), TikTok (41,7%), Amazon (38,9%), Shopee (33,3%), Telegram (25%), LinkedIn (25%), Discord (22,2%), AliExpress (14,4%), Facebook (16,7%), Reddit (16,7%), Steam (16,7%), CNN (11,1%), Globo (11,1%), Twitch (11,1%), Mercado Livre (8,3%), Wikipedia (8,3%), Pornhub (5,6%), Snapchat (5,6%), Crunchyroll (5,6%), Wattpad (5,6%), Amazon Prime Video (2,8%), Netflix (2,8%), AO3 (2,8%), Kwaii (2,8%), Magayabu (2,8%), Estadão (2,8%), Tinder (2,8%), Bet365 (2,8%) e Uol (2,8%).

Tendo em vista as respostas sinalizadas pelos participantes, percebe-se uma prevalência no uso de redes sociais, busca por notícias, plataformas de músicas, plataformas de compras e podcast.

Por meio dessas plataformas, os jovens estabelecem laços com amigos, compartilham momentos, interesses e opiniões, além de forjarem novas conexões sociais. As redes sociais exercem uma influência marcante na formação da identidade juvenil, possibilitando que expressem sua singularidade e se envolvam em debates relevantes. Entretanto, é importante reconhecer que o uso excessivo dessas plataformas pode desencadear desafios sociais, incluindo a dependência e o isolamento, exigindo uma abordagem equilibrada para promover interações saudáveis e construtivas (Sibilia, 2007).

A internet possibilitou a disponibilização de conteúdos de forma como nunca visto antes em uma velocidade extraordinária, se tornando uma ferramenta valiosa para acessar informações, realizar pesquisas e manter seus usuários informados sobre as últimas notícias. A web oferece a eles uma vasta gama de recursos, de pesquisa até plataformas de notícias online, que facilitam a exploração de tópicos variados e o acesso a fontes de informação diversificadas. Esse acesso rápido e vasto possibilita aos jovens acadêmicos uma grande variedade de estudos e informações (Tomaél, Alcará, & Silva, 2008).

O advento das plataformas de músicas e podcasts transformou radicalmente a forma como os jovens consomem e compartilham conteúdo de áudio. Essas plataformas não apenas oferecem acesso a uma vasta biblioteca de músicas e programas, mas também criam uma comunidade online onde os jovens podem descobrir novas músicas, seguir seus artistas favoritos e participar de discussões sobre seus podcasts preferidos. Essas interações não apenas enriquecem sua experiência de entretenimento, mas também desempenham um papel vital na construção de sua identidade digital (Gómez & González, 2008).

O uso excessivo de aplicativos de compra pode refletir uma dinâmica pautada no maior acesso a variedades e qualidades de produtos, alimentada pela ilusão e no desejo de adquirir, atraídos pela promessa de gratificação instantânea. No entanto, essa busca incessante muitas vezes leva a um ciclo de consumo compulsivo, onde as expectativas não correspondem à realidade, resultando em sentimentos de vazio e insatisfação (Bauman, 2021; Gómez & González, 2008).

Ao investigar a finalidade subjacente ao uso das mídias digitais, por meio de uma abordagem de múltipla escolha que permitia ao participante demarcar uma ou mais opções, percebeu-se que uma parcela significativa dos acadêmicos, mais especificamente 97,2% deles utiliza as mídias digitais como forma de lazer/recreação, mas uma quantia significativa também as utiliza para estudo (58,3%) e descanso (52,8%) enquanto apenas 27,8% afirmaram utilizá-las para trabalho.

Foi notável que a grande maioria dos participantes utiliza as mídias para fins de lazer e recreação. Isso indica que a principal função das mídias para esse grupo é proporcionar entretenimento, enquanto cerca de 58,3% dos entrevistados

utilizam as mídias para estudos, sugerindo que elas desempenham um papel relevante como ferramenta de aprendizado, além disso mais da metade da amostra (52,8%) utiliza as mídias para descanso, indicando que elas são uma forma popular de relaxamento e alívio do estresse. Por fim, embora em menor proporção, aproximadamente 27,8% dos entrevistados relataram utilizar as mídias para fins de trabalho, sugerindo que elas desempenham um papel nas atividades profissionais de algumas pessoas. Esses dados destacam a versatilidade das mídias e como elas desempenham diferentes funções na vida das pessoas.

Quando questionados sobre quais conteúdos são consumidos através de uma pergunta aberta, possibilitando que as respostas abarcassem diferentes tópicos, grande parte dos participantes relataram a busca por notícias (58,3%), seguido por consumo de filmes (38%) e séries (36,1%), assim como reels (30,6%) e podcasts (27,7%). Em menor quantidade foram citados outros formatos de conteúdo, sendo descritos como músicas, trends, livros, jogos, estudos, conteúdo de maquiagem, animações, memes, fotos, shorts, fanfics, mensagens, vlogs, de tudo um pouco, vídeos curtos, ofertas, fofocas, materiais de estudo, vivências, lives, conteúdos de arte, stories, conteúdo drag, notícias de concursos, notícias jurídicas, conteúdos digitais, comunicação, posts, vídeos de culinária e fóruns de debate.

Em relação ao tempo despendido nessas atividades, quando indagados sobre a média diária de horas dedicadas, observou-se uma distribuição diversificada entre os participantes. A maioria relatou dedicar “entre 2 e 4 horas” (38,9%) diariamente, seguida por aqueles que indicaram um intervalo de “entre 4 e 7 horas” (36,1%). Um percentual significativo também revelou gastar “mais de 7 horas diárias” (19,4%), enquanto uma parcela menor declarou utilizar “menos de 2 horas diárias” (5,6%).

A análise desses dados, conforme as conclusões de Zancan e Tono (2018), lança luz sobre os hábitos dos participantes. Nota-se que, em média, durante os dias úteis, a utilização das mídias digitais oscila entre 4 e 10 horas por dia, sugerindo um envolvimento considerável com essas tecnologias. Nos estudos dos autores, percebe-se que este uso aumenta para 10 a 14 horas nos fins de semana, indicando um uso mais intensivo dessas mídias durante os períodos de lazer e demonstrando como as pessoas estão dedicando uma quantidade substancial de seu tempo diário ao uso de mídias digitais. Isso pode representar uma parte significativa de suas horas disponíveis.

Ao relatarem sobre o início do uso das mídias digitais, percebe-se uma grande amplitude de respostas, com maior relevância de jovens os quais descrevem terem sido influenciados de alguma forma, através de propagandas, amigos e parentes. Também existe grande prevalência entre os que descrevem terem iniciado o uso durante a infância e a adolescência enquanto um grupo menor relata sempre terem tido contato com a internet. Essa tendência sugere que essas tecnologias desempenham um papel integral em suas vidas desde uma idade muito precoce, possivelmente influenciadas pelo ambiente em que cresceram.

Esse padrão de crescente exposição a dispositivos eletrônicos e à internet desde a infância pode ser corroborado pelos estudos conduzidos por Spizzirri, Wagner, Mosmann e Armani (2012), que destacam como os jovens tem interagido com a internet desde os primeiros anos de vida. Esse início precoce parece estar relacionado à quantidade significativa de horas que os entrevistados dedicam ao uso dessas tecnologias, reforçando a ideia de que a infância se configura como um período crucial na formação das experiências digitais desta geração. Entender o impacto do uso de telas e tecnologias por crianças é crucial, dada a importância dos estágios de desenvolvimento. Cada fase do desenvolvimento infantil e adolescente tem suas características únicas, e o uso de telas pode afetar essas dinâmicas de maneiras diversas (Davis, 2023).

Os resultados analisados indicam que um terço dos jovens estudantes começaram a utilizar mídias eletrônicas devido à influência de propagandas ou recomendações de amigos e familiares, sugerindo que fatores externos desempenharam um papel significativo na decisão dessas pessoas de adotar tecnologias digitais.

Ao serem interpelados, os estudantes revelaram que parte significativa de seus consumos são voltados à vídeos curtos, variando o teor do conteúdo entre comédia, vlogs de rotina, academia, culinária, produtividade, moda e jogos, constituindo

77,7% das respostas; 30,5% das respostas foram constituídas por séries, com destaque à sitcoms, animações, documentários sobre serials killers e true crime; 16,6% das respostas foram constituídas por filmes; 13,8% das respostas foram constituídas por músicas; 8,3% das respostas foram constituídas por livros, com destaque aos temas de true crime e diversidade de gênero; 5,55% das respostas foram constituídas por jogos, assim como notícias e respostas que foram constituídas por estudos, com destaque a cursos online gratuitos. Os dados revelam como a tecnologia digital atrelada a publicidade imprime uma influência considerável na rotina dos jovens e na constituição de sua subjetividade, tendo em vista os aportes imaginários que oferece e sua presença exponencial no cotidiano.

### **Efeito das mídias na dimensão subjetiva e na graduação**

Esta sessão explora a influência das mídias contemporâneas no desenvolvimento da percepção subjetiva e no processo de formação acadêmica, esclarecendo modificações que o uso de mídias digitais causam na vida e relações dos jovens acadêmicos.

É perceptível como as mídias criam demandas e orientam costumes e hábitos. Criam modos de viver e de pensar, definem estilos, fabricam modelos identificatórios, ressaltando o poder das palavras e das imagens sobre a sociedade (Barroso, 2006).

Quando perguntados sobre como se sentem após consumirem os conteúdos digitais explorados na sessão anterior, 75,2% das respostas relatam sentimentos e emoções positivas, como relaxamento, aceitação, ânimo e tranquilidade; no entanto, cerca de 38,8% das respostas indicam que também existem sentimentos negativos associados ao consumo desses conteúdos. Esses sentimentos incluem irritação, cansaço e culpa por gastar mais tempo do que o planejado. É interessante notar que, mesmo quando os sentimentos iniciais são positivos, o consumo prolongado pode levar a sentimentos negativos. 11,1% das respostas relatam que os sentimentos e emoções relacionadas ao consumo dependem daquilo que é consumido e quando. Como é possível observar nos relatos dos participantes:

Entretida, porém sei que eu poderia aproveitar melhor meu tempo (Phoebe). Me sinto bem com os conteúdos que consumo, mas sinto que gasto muito tempo vendo vídeos de rotinas de outras pessoas que estão fora da minha realidade. Por vezes esse tipo de conteúdo pode causar descontentamento com a minha vida pessoal, portanto, tenho buscado assistir coisas que me façam bem (Mônica). Um mix de ansiedade e conforto (Joey).

Pode-se perceber através dos relatos que o uso das mídias digitais são prazerosos durante o ato, mas a longo prazo refletem em um estado ansioso. Lupinacci (2021) constatou que o uso regular e prolongado das redes sociais frequentemente está associado a sentimentos de ansiedade, desconforto e inquietação. Isso é especialmente atribuído à característica das “timelines infinitas” presentes na maioria dos aplicativos de vídeos curtos, que induzem a um estado constante de alerta e estresse durante o seu uso.

Considerando os estudos de Debord (2000), ressalta-se a existência de uma sociedade contemporânea onde as pessoas se tornam espectadoras passivas em vez de participantes ativos na vida social. Isso se relaciona com o uso de tecnologia por jovens, pois muitas vezes eles estão tão imersos na cultura digital e nas redes sociais que podem estar alheios à realidade física e às relações interpessoais. O constante consumo de conteúdo digital e a busca por validação online podem levar à alienação, onde a experiência da vida real é substituída pela representação digital, afetando a forma como os jovens se relacionam e interagem com o mundo ao seu redor.

Quando perguntados, se o consumo destes conteúdos impactam de alguma forma em suas vidas, os fazendo se sentirem diferentes, 77,8% dos participantes indicaram que sim, enquanto 22,2% indicam não saber se o consumo impacta de alguma forma suas vidas.

Considerando as respostas, entende-se que essa influência pode ser tanto positiva quanto negativa, dependendo do conteúdo específico consumido e de como ele é assimilado pelos indivíduos. Porém, é interessante notar que um percentual menor indicou não ter certeza se o consumo desses conteúdos afeta suas vidas. Isso pode refletir uma incerteza quanto ao consumo de seus hábitos digitais e sobre o impacto real desses conteúdos ou a complexidade das respostas emocionais e psicológicas associadas a eles.

Ao serem questionados sobre quantas vezes acessam suas redes sociais, 52,8% relatam acessarem mais de 10 vezes ao dia, enquanto 30,6% relatam acessarem de 6 a 10 vezes ao dia e 16,7% relatam acessarem de 1 a 5 vezes ao dia; não houve participante que relatou não fazer uso de redes sociais.

No que tange ao consumo de conteúdos que envolvem violência ou apresentam teor sexual, seja este implícito ou explícito, os resultados da pesquisa indicam uma distribuição notável. Constatou-se que a maioria dos participantes (55,6%) relatou não realizar o consumo, enquanto 36,1% relataram realizar o consumo, enquanto 8,3% não soube dizer.

Ao explorar mais profundamente o conteúdo de violência ou teor sexual consumido pelos participantes, através de uma pergunta de aberta, os dados revelam que metade das respostas fornecidas (50%) foram constituídas por mídias como filmes, livros, shows de comédia, séries e animações que continham as cenas de violência ou teor sexual, 28,5% das respostas foram constituídas por pornografia, 28,5% das respostas foram constituídas por mídias de true crime, 7,14% das respostas foram constituídas como discussões em grupos, 7,14% das respostas foram constituídas como conteúdos de redes sociais e 7,14% das respostas foram constituídas como sites de armamentos.

“Em relação a conteúdos violentos assisto filmes e séries que contém violência e até mesmo um teor sexual explícito, como por exemplo Orange is The New Black” (Ross).

Percebe-se uma ampla diversidade de fontes e tipos de mídia envolvidos no consumo de violência física ou conteúdo sexual, o que é congruente com as discussões apresentadas pelos autores previamente citados. As respostas revelam que muitos participantes têm uma exposição a esses temas por meio de mídias populares, como filmes, séries, livros, shows de comédia e animações, onde cenas de violência ou conteúdo sexual explícito são incorporados às narrativas. Isso se alinha com as observações de Delfour (2011) sobre a curiosidade humana em relação a tais conteúdos, especialmente na era da internet que proporciona acesso a uma ampla gama de material. Realça-se ainda, que a pornografia é mencionada como uma categoria distinta de conteúdo, o que está em conformidade com a ideia de que a internet facilita a exposição a materiais adultos, como destacado por Strasburger, Wilson e Jordan (2011).

A análise destaca o consumo relacionado a “true crime”, que frequentemente aborda casos de violência e crimes reais, o que pode ser considerado um reflexo da influência da mídia na percepção da violência na vida real, conforme mencionado por Quiñones Cely, Peña Tijo, Wilches e Torres (2018). Outros contextos incluem discussões em grupos, conteúdos de redes sociais e até mesmo sites relacionados a armamentos. Isso sugere que a exposição a conteúdo de violência ou teor sexual é multifacetada e que uma abordagem abrangente deve considerar uma série de fatores individuais e contextuais, conforme enfatizado por Strasburger, Wilson e Jordan (2011); elementos como traços de personalidade, gênero e contexto cultural desempenham papéis significativos na maneira como as pessoas respondem à exposição à violência na mídia, como sugerido pelos autores.

Assim, a análise dos resultados da pesquisa corrobora as ideias apresentadas pelos autores citados e enfatiza a complexidade da relação entre a exposição à violência e ao conteúdo sexual na mídia e os efeitos individuais e contextuais que essa exposição pode ter.

O consumo de conteúdo violento por parte dos jovens acadêmicos suscita uma preocupação significativa, pois pode contribuir para a gradual dessensibilização em relação a comportamentos violentos, abrangendo não apenas a violência física, mas também a verbal e psicológica. Essa dessensibilização muitas vezes ocorre de maneira sutil, passando despercebida pelos

indivíduos. No entanto, é de extrema importância considerar os impactos sociais desse fenômeno, especialmente quando se leva em conta que esses jovens acadêmicos serão os futuros profissionais em diversas áreas da sociedade (Strasburger, Wilson, & Jordan, 2011).

Considerando Bauman (2001), a dessensibilização dos jovens é uma preocupação ao constatar que uma sociedade composta por indivíduos apáticos que não se preocupam com seus iguais, elabora conexões frágeis entre os indivíduos, sendo estas relações superficiais e sobre a lógica capitalista.

Quando perguntados se seus hábitos de consumo digitais já influenciaram de alguma forma suas relações sociais, 55,6% dos participantes relataram que sim, 25% não soube dizer e 19,5% relataram que não.

Ao investigar as formas pelas quais esses hábitos digitais influenciaram as relações sociais dos participantes, emergiram uma multiplicidade de vivências e experiências. Essas influências são tão diversas e subjetivas que não podem ser apropriadamente classificadas em categorias específicas, a fim de evitar qualquer limitação à riqueza da subjetividade dos sujeitos envolvidos. Vale a pena ressaltar que algumas afirmações e relatos enfatizaram a complexidade dessas influências, realçando a importância de considerar a amplitude das experiências individuais ao explorar essa dinâmica específica.

Já comecei a namorar por conta do contato com Instagram, já me senti obrigada a estar feliz e com alguém porque parecia que todo mundo tinha alguém, já fiquei nervosa ao ter que “assumir” alguém no Instagram e as pessoas ficarem julgando, também coisas políticas que poderiam sofrer retaliações, já deixei de seguir e ter contato por algumas postagens preconceituosas (Lily).

Pode-se perceber de acordo com a fala de Lily como as redes sociais têm uma influência profunda na vida pessoal e nas emoções das pessoas. Ela menciona ter iniciado um relacionamento devido à interação no Instagram, demonstrando como essas plataformas podem moldar as relações interpessoais. Além disso, Lily compartilha a pressão que sentiu quanto às expectativas sociais de relacionamentos devido às aparências nas redes sociais. Os autores Rosa e Santos (2013) mencionam que há preocupações relacionadas à privacidade e à exposição de dados pessoais dos usuários dessa plataforma, gerando uma pressão no indivíduo que é analisado com base em informações divulgadas online.

O excesso de mídia na vida influencia. A pessoa deixa de conversar quando reunidos e passa a apenas ficar no celular. Isso impacta os meus relacionamentos, sinto como se não fosse mais ouvida porque toda a atenção sempre está no celular (Marshall). Brigas em relacionamento por ou eu ou a pessoa ficar muito tempo no celular quando poderia estar aproveitando o tempo juntos” (Ted).

Pode-se ressaltar a relação complexa entre o uso da internet e as interações sociais offline. Jovens que utilizam a internet com maior frequência experimentam um declínio na comunicação face-a-face com a família e os amigos, sugerindo que o tempo gasto online pode substituir as interações pessoais e, potencialmente, prejudicar a qualidade dessas relações. O contato virtual muitas vezes carece da profundidade das interações presenciais, pois não permite a percepção de elementos importantes, como contato visual, linguagem corporal e expressões faciais. Por outro lado, outros estudos indicam que a internet pode facilitar o aumento dos contatos sociais, tanto próximos quanto distantes, e a comunicação com a família e os amigos (Martin, 2013).

Minhas relações hoje com grupos maiores, mesmo que eu já os conheça, me traz muita ansiedade. Não me sinto “encaixada” dentro do grupo e comumente deixo de frequentar lugares que tenham mais pessoas. Sinto que é mais fácil me encaixar de maneira “online” (Robin).

Através dos relatos pode-se perceber como a sociabilidade na era contemporânea está passando por transformações

significativas, principalmente devido à popularização das redes sociais. Essas plataformas têm o poder de transcender as barreiras tradicionais, como as geográficas, e oferecem aos indivíduos uma vasta gama de opções de interação, com um foco maior na afinidade pessoal e em filtros individuais.

Essa mudança demonstra que os jovens mais propensos a socializar online com pessoas que compartilham interesses e afinidades conosco, explicando a facilidade das interações digitais e formação de comunidades com base em interesses específicos, o que facilita a conexão entre pessoas que têm afinidades e a formação de comunidades com base em interesses específicos. No entanto, isso também pode criar um desafio quando se trata da socialização offline, pois muitas vezes precisamos lidar com pessoas cujas perspectivas e alinhamentos diferem dos nossos, exigindo habilidades de comunicação mais amplas e uma maior capacidade de lidar com a diversidade de perspectivas (Santos & Cipriano, 2014).

Quando perguntados se percebem que esses hábitos influenciam suas vidas acadêmicas, 48,5% dos participantes relatam haverem ocorrido mudanças; entre elas a necessidade de estar com algum vídeo aberto enquanto estuda, maiores desavenças e discussões em sala de aula, dificuldades de concentração quanto aos estudos, maior sensibilidade à distrações, procrastinação por conta do uso de celular e vontade constante de checar o celular durante os estudos.

Se alinhando ao pontuado por Sibilia (2007), percebe-se que a ascensão da internet vem modificando não apenas nossos consumos, mas a forma como interagimos com o mundo. A concentração na leitura se torna uma dificuldade, existindo agora o estímulo à capacidade de realizar várias coisas ao mesmo tempo como resposta ao mundo tecnológico onde vivemos. Como é perceptível nas narrativas dos participantes: “Sim, completamente. Me distraio facilmente com as redes sociais. Principalmente as que possuem vídeos curtos com timeline infinita. Passo mais tempo do que percebo no celular” (Claire). “Sim, afinal é muito mais legal ficar no twitter do que estudar” (Phil).

Urresti (2008) destaca que a modernidade impôs modificações em todos os âmbitos de nossas vidas, ao falarmos dos hábitos de estudantes é importante perceber que grande maioria dos estudantes vivem em uma imersão digital, dividindo suas atenções na maioria das atividades ao uso de dispositivos conectados à internet como smartphones. Conforme relatado por Phil, a internet se apresenta como muito mais interessante do que a sala de aula, por diversas vezes, desviando a concentração do aluno das atividades mais monótonas para aquela que oferece maior prazer instantâneo. Assim como o participante Manny, quando diz que: “Acredito que tenham atrapalhado quanto a concentração, mas facilitam quando se põe em ótica a facilidade em buscar e encontrar conteúdos relevantes ao estudo” (Manny).

Também deve-se entender a importância da internet e seus usos digitais quanto à facilidade de acesso à conteúdos. Além de proporcionar um espaço de distribuição de material didático, universidades utilizam de páginas web para organização de datas, notas e eventos. As graduações e especializações a distância também visam uma maneira mais prática de acesso ao conhecimento, possibilitando maior praticidade para aquele que busca se aperfeiçoar (Linne, 2014).

No que tange às principais dificuldades enfrentadas pelos participantes em seu contexto acadêmico, quando questionados a respeito, uma ampla gama de desafios emergiu nas respostas fornecidas. Entre as problemáticas destacadas, foram mencionadas manter o foco e concentração, a administração das leituras e trabalhos, o ânimo e motivação em manter o hábito de estudos, conciliar com demais afazeres como trabalho, a comparação, a convivência social em sala de aula, a apresentação de trabalhos, o tédio, a ansiedade, dificuldades em priorizar os estudos e tempo para concluir as demandas acadêmicas.

As rápidas mudanças ocasionadas pelos avanços tecnológicos atuais causam uma insegurança e instabilidade cada vez maior na sociedade. A visão de mundo dos indivíduos não parece ser tão segura quanto antes, visto que, na era da informação, os ideais e fatos contam com prazo para serem substituídos. Nem mesmo questões quanto ao gênero são tão rígidas como antes, a partir de uma gama de novos estilos de vida e subjetividades que surgem a todo instante (Giddens, 1991).

As bolhas sociais se reforçam rapidamente, tendo em vista a utilização de algoritmos para seleção de informações, as

infinitas possibilidades de fóruns, chats e grupos. Gastamos uma quantidade desproporcional do nosso tempo conversando e consumindo conteúdo produzido por pessoas que pensam como nós, presos em grande parte em nossos próprios preconceitos, visões de mundo e polaridades (White, 2016). A constante exposição a estímulos digitais, muitas vezes leva a uma busca incessante por novidade e entretenimento, o que pode gerar esgotamento e tédio quando a experiência não é mais suficientemente estimulante, contribuindo para um ciclo de tédio constante na vida moderna (Han, 2017).

Ao serem questionados quanto a concentração em sala de aulas, 50% dos participantes relataram que às vezes conseguem se concentrar sem o uso de tablets, celulares e notebooks, enquanto 25% afirmaram que sim, conseguem se concentrar sem o uso de tablets, celulares e notebooks, enquanto 25% afirmaram que não conseguem; essa dificuldade também foi destacada por Sibilia (2007) e Linne (2013), demonstrando a tendência dos jovens em multitasking, a divisão da atenção entre demais atividades como o uso de smartphones e notebooks, ao invés de uma única atividade com plena atenção.

#### 4. Conclusão

Este trabalho ressalta a complexa relação entre jovens adultos universitários e o uso das mídias digitais no contexto acadêmico, evidenciando a amplitude de benefícios e desafios que essa interação pode apresentar em suas vidas acadêmicas e sociais. O impacto subjetivo dessas mídias é notável, influenciando não apenas o comportamento individual, mas também moldando a sociedade à medida que os jovens adultos buscam compreender a transição para a fase adulta em meio a um mundo digital em constante evolução.

O estudo destaca a complexidade das interações entre jovens e o consumo de conteúdo digital. Embora muitos experimentem sentimentos positivos durante o consumo, como relaxamento e entretenimento, o uso prolongado pode levar a sentimentos negativos, como irritação e culpa. Destaca-se ainda que o uso das mídias sociais afeta suas relações sociais, levando a pressões e até brigas em relacionamentos.

As pressões sociais e a constante busca por validação online podem afetar a vida pessoal e os relacionamentos interpessoais. A pesquisa indica uma mudança na forma como os participantes interagem e se concentram devido à crescente imersão na cultura digital. A influência da tecnologia na vida acadêmica evidencia-se com os relatos que expõem dificuldades de concentração, procrastinação e tédio relacionados ao uso constante de dispositivos digitais, com o destaque para capacidade de multitarefa que prejudica a atenção plena durante as aulas e estudos. No geral, o estudo reflete a crescente imersão na cultura digital e a necessidade de compreender as complexas implicações emocionais, sociais e acadêmicas desse fenômeno. Aponta-se para a necessidade de abordagens eficazes para atenuar os impactos negativos e ampliar as capacidades construtivas do uso das mídias

A elaboração deste trabalho visa estimular o desenvolvimento de novos materiais científicos sobre esse tema crucial. À medida que avançamos, é necessário continuar a investigar e discutir as implicações das mídias eletrônicas e digitais, garantindo que nossa sociedade possa colher os benefícios da tecnologia enquanto protege seus membros de seus potenciais efeitos adversos. Para trabalhos futuros, é crucial aprofundar a compreensão das estratégias eficazes para mitigar os efeitos negativos do uso excessivo das mídias digitais entre jovens adultos universitários. Isso pode incluir intervenções educativas e programas de conscientização destinados a promover o uso saudável e equilibrado da tecnologia, bem como o desenvolvimento de ferramentas e aplicativos projetados para ajudar os usuários a gerenciar seu tempo online de forma mais eficaz. Além disso, é importante investigar mais profundamente as dinâmicas sociais e psicológicas subjacentes ao comportamento online, examinando questões como autoestima, ansiedade social e formação de identidade digital.

## Agradecimentos

Agradecemos a todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização e sucesso deste artigo.

## Referências

- Barroso, S. F. (2006). O uso da imagem pela mídia e sua repercussão na subjetividade contemporânea. *Psicol. rev.*, 12(19), 92-97. [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1677-11682006000100011&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682006000100011&lng=pt&nrm=iso).
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Zahar Ed.
- Bauman, Z. (2021). *Amor líquido*. Zahar Ed.
- Brasil. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013 (2013). Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. Brasília, DF. [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2013/lei/112852.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/112852.htm).
- Creswell, J. W. (2021). *Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto*. Grupo A Ed.
- Davis, K. (2023). *Geração tecnológica: as mídias digitais na infância e adolescência* (E-book). Manole <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520464076/>.
- Debord, G. (2000). *Sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Delfour, J-J. (2011). *Télé, bagnole et autres prothèses du sujet moderne: essai sur la jouissance technologique*. Paris: Éditions.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Gil, A. C. (2007). *Como elaborar projetos de pesquisa* (4a ed). Atlas.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. Atlas.
- Gómez, R., & González, J. (2008). Tecnología y malestar urbano entre jóvenes: la celebración de lo inútil y la emergencia del trabajo liberado. *Nómadas*, 28, 82-92.
- Han, B-C. (2017). *Sociedade do Cansaço*. (E. P. Giachini, Trad.). Vozes.
- Handcock, M. S., & Gile, K. J. (2011). On the Concept of Snowball Sampling. *Sociological Methodology*, 41(1), 367-371.
- Linne, J. (2014). Ahora hago fast food académico: Los estudiantes de la Universidad de Buenos Aires en tiempos de Internet. *Palabra Clave*, 17(3), 695-716. Recuperado em 04 de outubro, 2023, de <https://www.doi.org/10.5294/pacla.2014.17.3.7>.
- Lupinacci, L. (2021). 'Absentmindedly scrolling through nothing': liveness and compulsory continuous connectedness in social media. *Media, Culture & Society*, 43(2), 273-290. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0163443720939454>.
- Quiñones Cely, B., Peña Tijo, E., Wilches, J. A., & Torres, D. S. (2018). *Violencia y ficción televisiva. El acontecimiento de los noventa: Imaginarios de la representación mediática de la violencia colombiana: series de ficción televisiva (1989-1999) (Spanish Edition)* (E-book). Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Rosa, G. A. M., & Santos, B. R. (2013). *Facebook e as nossas identidades virtuais*. Thesaurus Ed.
- Santos, F. C., & Cypriano, C. P. (2014). Redes sociais, redes de sociabilidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 29(85), 63-78.
- Sibilia, P. (2007). *O Show do Eu: Subjetividade nos gêneros confessionais da Internet*. Tese de doutorado, Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- Spizzirri, R. C. P., Wagner, A., Mosmann, C. P., & Armani, A. B. (2012). Adolescência conectada: Mapeando o uso da internet em jovens internautas. *Psicologia Argumento*, 30(69), 327-335.
- Strasburger, V. C.; Wilson, B. J., & Jordan, A. B. (2011). *Crianças, adolescentes e a mídia*. Penso Ed..
- Tomaél, M. I., Alcará, A. R., & Silva, T. E. (2008). Fontes de Informação na Internet: Critérios de Qualidade. In M. I. Tomaél (Org.). *Fontes de Informação na Internet*. Londrina: Eduel.
- Urresti, M. (2008). *Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información*. In: M. Urresti (Ed.). *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires: La Crujía.
- White, A. (2016). *Mídia digital e sociedade*. Saraiva.
- Zancan, C. R. B., & Tono, C. C. P. (2018). Hábitos dos Adolescentes Quanto ao Uso das Mídias Digitais. *EDUCA – Revista Multidisciplinar em Educação*, 5(11), 98-119.
- Zatti, F., & Luna, I. N. (2022). Expansão da educação superior e construção de carreira: estudo multicase com graduandos. *Psicologia Escolar e Educacional*, 26, 1-11. <https://doi.org/10.1590/2175-35392022241763>.