



Revista Comunicação Midiática
ISSN: 2236-8000
v. 15, n. 1, p. 37-47, jan./jun. 2020

Meios de Comunicação e o Sujeito Ensimesmado: O individualismo, a visibilidade e a falência da alteridade

Medios y sujeto embelesado: individualismo, visibilidad y quiebra de la alteridad

Media and the Self-Respecting Subject: The individualism, the visibility and the bankruptcy of the alterity

Patricio Dugnani

Doutor em Comunicação e Semiótica PUC/SP, Mestre em Comunicação e Semiótica PUC/SP e Bacharel em Artes Plásticas pela Unesp. Professor nas áreas de Comunicação e Artes da Universidade Presbiteriana Mackenzie. Professor de Artes do Colégio Giordano Bruno. patricio@mackenzie.br

RESUMO

Dando continuidade aos estudos da relação entre os meios de comunicação e a Pós-modernidade, nesse artigo pretende-se verificar o efeito paradoxal dos meios de comunicação digitais, os quais produzem, de maneira contraditória, uma ampliação do potencial de contatos, ao mesmo tempo que desenvolvem processos de isolamentos, os quais estão produzindo, no sujeito pós-moderno, um aumento da sensação de solidão, uma ampliação do individualismo, e uma falência das alteridades. Esse fenômeno tem como influência, a busca da visibilidade, o uso dos meios de comunicação digitais, e a interação do sujeito com contatos virtualizados, os quais tendem a enfraquecer a alteridade. Nesse sentido toma-se à teoria dos meios para entender os efeitos dos meios de comunicação na transformação da sociedade.

Palavras-chave: Meios de Comunicação; Alteridade; Isolamentos; Sujeito Ensimesmado.

RESUMEN

Continuando con los estudios de la relación entre los medios y la posmodernidad, este artículo tiene como objetivo verificar el efecto paradójico de los medios digitales, que producen, de manera contradictoria, una ampliación del potencial de los contactos. Al mismo tiempo, desarrollan procesos de aislamiento, que están produciendo, en el sujeto posmoderno, un aumento en el sentimiento de soledad, una expansión del individualismo y un fracaso de la otredad. Este fenómeno está influenciado por la búsqueda de visibilidad, el uso de medios digitales y la interacción del sujeto con contactos virtualizados, que tienden a debilitar la otredad. En este sentido, se lleva a la teoría de los medios para comprender los efectos de los medios en la transformación de la sociedad.

Palabras clave: medios de comunicación; Alteridad Aislamiento; Sujeto arrastrado.

ABSTRACT

Continuing the studies of the relationship between the media and Postmodernity, this article aims to verify the paradoxical effect of digital media, which produce, in a contradictory way, an expansion of contact potential, at the same time which develop isolation processes, which are producing, in the postmodern subject, an increase in the feeling of loneliness, an expansion of individualism, and a failure of otherness. This phenomenon is influenced by the search for visibility, the use of digital media, and the interaction of the subject with virtualized contacts, which tend to weaken otherness. In this sense it is taken to the theory of the media to understand the effects of the media in the transformation of society.

Keywords: Media; Alterity; Isolation; Self-Respecting Subject.

Introdução

No filme *Fahrenheit 451*, de 1966, adaptação do livro homônimo de Ray Bradbury, sob direção de François Truffaut, de forma quase profética, tanto autor, quanto diretor, descrevem uma sociedade distópica do futuro, onde bombeiros, de maneira totalitária, ao invés de apagarem incêndios, queimam livros, com a suposta hipótese de que a literatura produziria tristeza no ser humano. Dentre tantas semelhanças que percebe-se entre a história e a sociedade da Pós-modernidade, pretende-se destacar nesse artigo, o hábito de isolamento que os indivíduos apresentam nas relações sociais. Para observar esse fenômeno, basta caminhar pelos espaços públicos e verificar como os indivíduos estão deixando de se comunicar pessoalmente, para ficarem com os olhares, com a atenção fixa em seus smartphones. Uma cena correlata à essa, ocorre no filme, quando o personagem principal Guy Montag, interpretado por Oskar Werner, transita por uma espécie de monotrilha suspenso e a câmera capta as pessoas caladas, olhando para o nada, ou, como exemplo, uma mulher que acaricia uma espécie de vestimenta que parece feita de pele animal. As pessoas na condução parecem hipnotizadas, alienadas do mundo e das outros indivíduos que as rodeiam. Dado a essas observações, o que se pretende analisar é o processo de isolamento que os meios de comunicação digitais, estão produzindo no comportamento da sociedade na Pós-modernidade. Por isso, nessa reflexão, à partir da classificação de Stuart Hall (2004), o sujeito pós-moderno, ou sujeito da Pós-modernidade, também será denominado como sujeito ensimesmado.

O conceito de sujeito ensimesmado provém da própria ideia da palavra, a qual entende-se que significa estar concentrado, centrado em si, em seu interior, e alienado do mundo exterior. Aliás, embora a palavra ensimesmado seja uma bela construção da língua portuguesa - estar em si mesmo - os efeitos desse isolamento, dessa alienação do mundo, e conseqüentemente, uma alienação do outro promovem fenômenos preocupantes. Esse ensimesmamento social tem ampliado o individualismo, descrito por Zygmunt Bauman (1998), como sendo uma característica já sensível e comum na Pós-modernidade. Além do individualismo, e como um acontecimento relacionado à esse fenômeno, esse processo tem promovido também a falência das relações sociais dadas por alteridade, ato alertado por Byung-Chul Han (2015), criando-se e ampliando-se, assim, uma sensação paradoxal à imensa quantidade de contatos que o ser humano consegue realizar através dos meios digitais: a solidão.

Nesse sentido, pretende-se verificar esse fenômeno de ensimesmamento do sujeito da Pós-modernidade, e uma de suas conseqüências: a solidão. Essa análise será feita à partir da relação entre o uso dos meios de comunicação, e os efeitos desse uso na construção do individualismo crescente na sociedade pós-moderna. Essa parte do estudo será baseado na ótica da teoria dos meios de Marshall McLuhan (1996); e nas análises da relação entre sociedade, meios digitais e convergência de Henry Jenkins (2015).

Sendo assim, dando continuidade às pesquisas da relação entre Pós-modernidade, meios de comunicação, e sociedade, realizados à partir dos estudos desenvolvidos no grupo de pesquisa, inscrito no Cnpq, LISEM (Linguagem, Identidade, Sociedade - Estudos sobre Mídias), essa análise pretende compreender o desenvolvimento, e as conseqüências de uma sociedade cuja atenção, devido ao uso dos meios de comunicação, torna-se dividida, superficial, produzindo um isolamento, uma alienação dos sujeitos. Toma-se como método dessa análise, somadas à outras reflexões sobre o tema meios de comunicação e Pós-modernidade, a busca em revelar os discursos (*epistemes*) que compõem um certo período, para que seja possível compreender o pensamento de uma época, como descreve Foucault, em seu livro

As Palavras e as Coisas (1990). Essa análise pretende realizar uma Arqueologia do Saber para revelar as *epistemes* que compõem o discurso da Pós-modernidade.

Meios de Comunicação, Isolamento, e a Solidão do Sujeito Ensimesmado

Quando se observa o uso e efeito dos meios de comunicação digitais no comportamento da sociedade, percebe-se, logo, um movimento paradoxal de contatos e isolamentos, que, no mínimo, parece curioso. Pois, uma pergunta acaba por se formular, à partir dessa constatação: como os meios de comunicação, que por sua essência são desenvolvidos para promover uma ampliação de contato entre os seres humanos, e um aumento de acesso às informações, podem produzir ao mesmo tempo contatos e isolamentos?

Paradoxalmente do que se esperaria de um meio de comunicação, os meios digitais tem produzido efeitos de isolamentos e conexões ao mesmo tempo. Isolamentos interpessoais e conexões virtuais. Essas relações tem desenvolvido uma sensação de solidão no sujeito da Pós-modernidade.

Afirma-se que essa relação é paradoxal, pois parte-se, para esse debate, da teoria dos meios de McLuhan (1996), que afirma que os meios de comunicação são extensões do humano. Levando-se em consideração esse conceito, os meios de comunicação, além de transmitirem as mensagens, suportes para as informações, eles estendem os sentidos, estendem a percepção dos seres humanos. Nesse sentido a extensão prevê que um meio é capaz de ampliar a presença, ampliar a percepção dos seres humanos, e, conseqüentemente, ampliar seus sentidos. Ou seja, o ser humano que tem seu limite de percepção biológica, relacionada aos limites de seus sentidos, com os meios de comunicação, podem romper essas fronteiras da percepção, sendo capazes de captar fenômenos que estariam além dos limites biológicos de seus sentidos. Pode-se pensar, por exemplo, que a TV é uma extensão do olhar, e uma extensão do ouvir, e sem ela, muitos dos fenômenos que toma-se contato, não poderiam entrar no campo da percepção humana sem ela (Dugnani, 2018b). Nesse contexto, sendo purista em relação a esse conceito, os meios de comunicação apenas produziriam contatos, e não isolamentos. Contudo, não é o que se observa no cotidiano da Pós-modernidade, principalmente porque esses isolamentos se refletem, principalmente, em relação ao sentimento de solidão, que parece ser um grave sintoma da atualidade, e um fator aparentemente contraditório, paradoxal, dos processos de comunicação.

O fato é que, quando observa-se de maneira somente técnica, o funcionamento dos meios de comunicação digitais, não se pode entender o porquê dos isolamentos, somente percebe-se a ampliação dos contatos, e a extensão da percepção. Esse fenômeno meramente quantitativo pode ser verificado facilmente. Por exemplo, no levantamento baseado em uma pesquisa apresentada por Willian Cardoso (2018), tendo como fonte a *Digital in 2017 – South America*, mostra o volume impressionante que toma a comunicação no mundo dos meios digitais: o número de usuários de Internet no Brasil são de 139 milhões, sendo que 122 milhões também estão nas redes sociais. Além disso, 90% dos usuários utilizam diariamente a Internet, sendo que o meio de comunicação mais utilizado para esse uso são os Smartphones, com 65% dos usuários.

Esses dados, a grosso modo, nos apresentam números interessantes quanto a potência dos meios de comunicação digitais, o que, de certa forma, representaria uma visão bas-

tante otimista quanto às possibilidades de ampliação dos contatos que esses meios nos propiciariam. No entanto, mesmo com esses números impressionantes, mesmo com o potencial de contato ampliado, o humano da sociedade pós-moderna ainda se sente sozinho. Por que?

Antes de tentar responder, ou melhor, refletir sobre essa pergunta, é preciso entender o efeito dos meios de comunicação no comportamento, e na ampliação da percepção humana. Nesse caso, apoia-se na teoria dos meios para compreender os efeitos dos meios de comunicação digitais na Pós-modernidade. Partindo dessa teoria, tanto McLuhan (1996), quanto Jenkins (2015) concordam que os meios de comunicação são mais que transmissores técnicos de informação. Os meios de comunicação produzem transformações na sociedade, na cultura e nos indivíduos.

A circulação de conteúdos – por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais – depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos (Jenkins, 2009, p. 30).

Segundo McLuhan (1996), os meios de comunicação são extensões da percepção, dos sentidos humanos. Entendendo-se esse conceito pode-se concluir que esse humano, utilizando-se dos meios, seria capaz de ter acesso a mais experiências, perceber mais fenômenos, e, com isso, ampliar a quantidade de informações, e de contatos com outros seres humanos. Embora essa afirmação tenha uma reflexão que pareça totalmente verdadeira, essas conclusões, feitas apressadamente até o momento, não levam em consideração o tipo de contato que, muitas vezes o usuário dos meios digitais, tem com outros seres humanos. Pois, embora o sujeito da Pós-modernidade tenha seus sentidos estendidos, seja capaz de ficar em contato com outros 24h por dia, a mediação virtualizada dos meios digitais, esta substituindo o contato material com outros seres humanos, e essa substituição não está sendo suficiente para preencher a lacuna da presença do outro. Esse processo não está preenchendo a sensação de solidão do humano na Pós-modernidade.

O contato virtualizado muitas vezes é simulado. Poderia se afirmar que é um simulacro, como diria Jean Baudrillard (2000), é uma tentativa de substituir o real (Moreno, 2013). No entanto, esses contatos virtualizados não estão satisfazendo a necessidade de aproximação material do sujeito. Embora esteja acontecendo esse processo, o sujeito da Pós-modernidade, usuário voraz dos meios digitais, não está dando conta disso.

Dessa relação, entre presença material e virtual, é que está surgindo a sensação da solidão, pois o outro dos meios de comunicação digitais, o sujeito virtualizado não passa de um projeto idealizado de humano. Esse sujeito virtualizado com quem se comunica, não passa de um reflexo. Um reflexo como em um espelho, o qual o observador se interessa no início, mas que não é capaz de preencher a solidão. O sujeito virtualizado nos meios digitais trata-se de um projeto, um humano projetado: uma imagem. Tomando-se o sentido original da palavra, do grego, imagem viria de *Imago*, ou seja, uma imagem é uma imitação, cópia, aparência, ideia, representação. Tendo em vista essa definição, e resgatando uma afirmação

de Edgar Morin (1970) - onde o autor afirmava que a imagem é um duplo, um reflexo, uma ausência - quando o sujeito se relaciona com seus contatos virtuais, na verdade ele está em contato com uma imagem, com um reflexo, ou seja, com uma ausência. Por essas questões é que a sensação de solidão vai tomando o sujeito da Pós-modernidade, pois, embora ele tenha milhões de amigos e seguidores, ele apenas dialoga com as imagens desses contatos, as ausências: “Ao mesmo tempo, contudo, a imagem não passa dum duplo, dum reflexo, isto é, duma ausência, (...). A imagem é uma presença vivida e uma ausência real, uma presença-ausência” (Morin, 1970, p. 32).

Tomando-se em conta essa visão, o contato através das redes sociais torna-se muitas vezes esvaziado de humanidade, incapaz de preencher a solidão, pois o interesse pelo outro não se dá por alteridade, mas por um movimento egóico. O interesse pelo outro, na sociedade pós-moderna, mediado pelos meios de comunicação digitais, se dá por espelhamento, através dos reflexos, ou seja, os sujeitos da Pós-modernidade se aproximam, ou melhor, se apaixonam, como modernos Narcisos, não pelo outro, mas pelo seu próprio reflexo, pela própria imagem refletida, por suas ausências. Dessa forma, com esse tipo de relação, a sensação de isolamento somente aumentará, pois nessas relações o outro fica ausente.

Além disso, para agravar esse processo, basta observar o comportamento dos usuários dos meios digitais, muitas vezes, mesmo em meio a outros, ele se volta para o aparelho, e fica tão absorvido, tão ensimesmado, que se aliena do contato pessoal, e permanece se relacionando com a simulação dos seres humanos virtualizados. Esse é o sujeito ensimesmado da Pós-modernidade, o qual abdica do contato presencial, e se deixa absorver pelas presenças simuladas dos outros eus, principalmente da Internet e das redes sociais.

Em relação ao uso dos meios digitais, por que esse fenômeno ocorre?

Esse fenômeno ocorre, primeiramente, quando observa-se o uso dos meios de comunicação digitais. Os meios de comunicação digitais, por causa do seu potencial individualizado e fragmentado de emissão, transferem esse poder, que outrora pertencia em grande quantidade aos emissores dos meios de comunicação de massa, para os emissores dos meios digitais. Isso se dá, pois, quando observa-se os meios de comunicação de massa, e a sua capacidade de transmitir uma imensa quantidade de mensagens, percebe-se que na comunicação de massa, a emissão era monopolizada pelas grandes emissoras. Com isso, a detenção do poder de transmitir e manipular informações estava centrada nas grandes emissoras, principalmente de TV e Rádio, e não no indivíduo. Ou seja, como emitir nos meios de comunicação de massa, dependia de um forte poder econômico, ou político, o indivíduo tinha que se contentar em ser, a maior parte do tempo, um receptor passivo, como observa Jenkins (2015). No entanto, com o advento dos meios digitais, e o consecutivo barateamento das emissões, o indivíduo ganhou o poder de apresentar, em uma dimensão global, suas opiniões. Dessa forma, o gerenciamento das informações nos meios digitais, pode-se dizer, torna-se um pouco mais democrático, o que é positivo. Sendo assim, o indivíduo que utiliza os meios digitais, não quer mais somente ser o receptor passivo, quer participar, quer interagir de alguma maneira da construção do corpo de informações transmitidas pelos diferentes meios digitais. Ou seja, segundo Jenkins (2015) esse sujeito quer ser ativo. No entanto, nessa ansiedade em participar, nessa sensação de necessidade de estar sempre conectado, o indivíduo tem se alienado do outro, e se ligado nas versões simuladas do humano dos meios digitais. Diria que o indivíduo tem se ligado aos super humanos dos meios digitais. Afirma-se super

humanos, pois nos meios digitais, principalmente nas redes sociais, o sujeito se apresenta desumanizado, apartado de seus defeitos humanizantes. O humano dos meios digitais se apresenta muitas vezes como um ser performático, uma projeção melhorada de si, com uma história idealizada de sua vida, como afirmado anteriormente. O sujeito dos meios digitais tem a vida muitas vezes glamourizada, estetizada (Lipovetsky, 2015 e Dugnani, 2018a), ou pelo menos projetada, à partir do modelo, por exemplo, das celebridades instantâneas que os meios digitais, e as redes sociais, gostam de inventar. O ser humano nas redes sociais, concordando com Bauman (2008), se faz mercadoria, se apresenta como um produto interessante, para que sua aparência, ou sua vida romantizada, seja consumida, para que ele possa tirar um pouco de prazer dessa relação.

Além de sonhar com a fama, outro sonho, o de não mais se dissolver e permanecer dissolvido na massa cinzenta sem face e insípida das mercadorias, de se tornar um mercadoria notável, notada e cobiçada, uma mercadoria comentada, que se destaca da massa de mercadorias, impossível de ser ignorada, ridicularizada ou rejeitada. Numa sociedade de consumidores, tornar-se uma mercadoria desejável e desejada é a matéria de que são feitos os sonhos e os contos de fada (Bauman, 2008, p. 22).

Contudo essa equação só poderá levar o sujeito da Pós-modernidade à solidão, pois parece sobrar humanos ficcionais, sujeitos virtualizados, nos meios digitais, e faltar humanos históricos e materiais. Com essa falta de humanos históricos e materiais, as relações se tornam cada vez mais voláteis, mediadas por elogios ou críticas virtuais (*curtidas, likes, dislikes*), e não pelo contato com o humano.

Essa volatilidade, ou liquidez criticada por Bauman (1998), tem enfraquecido a relação com o outro na sociedade, produzindo assim, o que Han (2015) denomina como um enfraquecimento das alteridades. Entendendo-se como alteridade, a relação com o outro, processo fundamental para constituição da sociedade, com o enfraquecimento dessas relações, a própria sociedade corre risco, pois abandonado o coletivo social, o individualismo substituíra essas relações, destituindo a importância do outro na vida humana. Não é à toa que o individualismo tem sido um fator crescente na sociedade pós-moderna.

O sujeito ensimesmado da Pós-modernidade, está cada vez mais introspectivo, ou seja, mais fechado em si mesmo, em seus prazeres, e os meios digitais potencializam essa situação. A alienação do sujeito em relação ao outro, principalmente o outro próximo, material e histórico, tem sido potencializado pelo usos dos meios digitais, pois assim como os personagens do filme *Fahrenheit 451*, o sujeito está se fechando para o mundo ao seu redor, e vivendo cada vez mais inserido num universo virtualizado de aparências: um simulacro.

Nesse sentido, Jean Baudrillard já percebendo isso nas suas análises sobre os simulacros, já afirmava que: “Agora, o virtual é o que está no lugar do real” (Baudrillard, p. 42, 2001), e no universo onde o virtual substitui o real, os humanos projetados, tem relações mais líquidas (Bauman, 1998), mais voláteis, ampliando a sensação de solidão. Embora tenha muitos contatos, o humano da Pós-modernidade sofre com os isolamentos, pois se relaciona com simulacros de humanos, com imagens, com reflexos, com ausências. Como consequência, esses isolamentos tem produzido o aumento da depressão e a sensação de solidão no sujeito da Pós-modernidade (Manno e Rosa, 2018).

Cardoso (2018) em entrevista à psicóloga Paula Cristina Scavinski de Souza, destaca esse fenômeno.

Ela afirma que deixar essas relações de lado e focar em si próprio, ou na popularidade digital que cada um tem, pode causar prejuízos extremos, como, por exemplo, o isolamento ou a depressão. “Esse mundo virtual faz com que essa pessoa tenha uma visão ilusória da realidade, pois ela passa a acreditar que tem muitos amigos, que todos os vazios são preenchidos. Porém, assim que sai do computador, o sentimento de solidão volta a existir e ela se percebe sozinha novamente, o que ocasiona um sofrimento maior ainda podendo vir a intensificar ainda mais os sintomas da depressão,” alerta (Cardoso, 2018).

Enfim, de maneira paradoxal, como afirmado anteriormente, a comunicação que deveria produzir os contatos, as ligações entre os sujeitos, tem produzido sentimentos de solidão, isolamentos. Dessa forma, o efeito de ensimesmamento do sujeito através dos meios de comunicação digitais tem produzido um enfraquecimento da alteridade, uma ampliação do individualismo, produzindo, assim, esse fenômeno de isolamento e ampliação do individualismo na sociedade.

Mas como o uso dos meios digitais pode proporcionar esse efeito?

Seguindo o raciocínio de McLuhan (1996), o meio de comunicação, além de ser uma extensão do humano, é uma informação pura. Essa reflexão tem relação com a polêmica frase de McLuhan (1996), o meio é a mensagem, e essa afirmação poderá explicar um pouco mais o papel do uso dos meios digitais na sensação de isolamento do sujeito da Pós-modernidade (Dugnani, 2018b).

Para McLuhan (1996) o meio é uma mensagem, é uma informação pura. Trata-se de uma informação pura, pois os meios de comunicação, por si só, pelo seu uso, tornam-se semelhantes à informação. Tornam-se semelhantes à informação, pois os meios de comunicação, assim como as informações que eles transmitem, são capazes de mudar comportamento e consciência do humano. Os meios de comunicação; diferente da informação que é constituída à partir do uso da linguagem, e que se entende como um conteúdo que altera consciência e comportamento, por Teixeira Coelho (2003), também produzem transformações na sociedade. Dessa forma, quando o humano inventa um meio, esse meio reinventa o humano, ou seja, ao usar um meio de comunicação, esse uso influência e causa mudanças na sociedade. Sendo assim, ao utilizar cada vez mais os meios digitais, é certo que esse uso acabará por influenciar o comportamento e a consciência dos indivíduos, levando à novas transformações no comportamento e consciência dos sujeitos.

Os meios digitais, por seu potencial tecnológico, o qual possibilita o aumento da participação dos indivíduos no processo de emissão em dimensão global, também criam uma vontade ansiosa, nesses mesmos indivíduos, em participar mais ativamente do processo de comunicação.

Essa vontade ansiosa em participar dos processos de comunicação, está muito relacionada às características hedonistas, individualistas e egocêntricas do sujeito da Pós-modernidade. Isso porque esse sujeito, como dito anteriormente, vê na visibilidade que os meios dão ao indivíduo, um ganho de valor, que pode ser material, ou de destaque em relação ao

outro. Ou seja, esse destaque faz com que esse indivíduo possa se tornar um objeto interessante para o consumo. A visibilidade como valor faz com que os meios de comunicação deixem de servir para criar uma identidade coletiva de um grupo, através da troca de conteúdos comuns, enfraquecendo-se, assim, o sentido de comunidade para o humano. A identidade parece cada vez menos coletiva, menos comum. A identidade parece estar se formando é na diferença, ou seja, na Pós-modernidade tem se entendido o conceito de identidade como uma qualidade que destaca um do outro, uma qualidade que os diferencia, e não aquilo que os torna comum.

Assim como uma mercadoria precisa de um diferencial para se destacar das outras, o humano da Pós-modernidade, concordando com Bauman (2008), como boa mercadoria que quer ser, utiliza os meios de comunicação para, através da visibilidade, se destacar dos outros indivíduos/mercadorias que povoam os meios digitais, e, principalmente, as redes sociais.

A tarefa dos consumidores e o principal motivo que os estimula a se engajar numa incessante atividade de consumo é sair dessa invisibilidade e imaterialidade cinza e monótona, destacando-se da massa de objetos indistinguíveis “que flutuam com igual gravidade específica” e assim captar os olhos dos consumidores [...] (Bauman, 2008, p. 21).

Nesse processo, por exemplo, os indivíduos/ mercadorias querem que suas fotos, seus atos, suas experiências (viagens, jantares, compras...), e suas opiniões se tornem alvo de elogios (curtidas, *likes*), ou seja, de marcas de admiração. Todas as marcas de admiração se tornaram uma moeda de troca, que satisfazem, mesmo que rapidamente, a necessidade constante de prazer e atenção do sujeito da Pós-modernidade, criando o que Gilles Lipovetsky (2007) chama de felicidade paradoxal: uma satisfação breve, volátil, e rapidamente consumida. Felicidade essa que somente deixa um gosto de querer, de desejar mais, nesse sujeito que apresenta um apetite voraz para o consumo. Essa voracidade de consumo, principalmente de visibilidade, essa busca constante de prazer, amplia o individualismo do sujeito, pois ele se torna cada vez mais objeto de si, produto em si, centrado em si e menos ligado aos outros. O sujeito se torna cada vez mais ensimesmado, ampliando os seus isolamentos, pelo excesso de concentração nos meios digitais e em seu hedonismo egóico. A concentração fragmentada nas diversas janelas dos meios digitais guarda um desejo e uma promessa, o de ser visto, o de ser admirado. Afinal, nas navegações virtuais, há sempre a esperança de encontrar um tesouro: a visibilidade que tirará o sujeito da Pós-modernidade de seu ostracismo do comum, e do igual, projetando-o ao altar das celebridades, como uma identidade que se diferencia da média, enfim, uma mercadoria consumível.

Considerações Finais

Partindo dessas reflexões, o uso dos meios de comunicação digitais tem levado a um paradoxal movimento de ampliação dos contatos, mas com o isolamento dos sujeitos. Esse movimento contraditório apresenta como suas principais consequências: o surgimento de diversos males como a sensação de solidão, a falência das alteridades, e o individualismo.

Sendo assim, partindo-se das visões de McLuhan (1996) e Jenkins (2015) pode-se observar que o uso dos meios de comunicação promovem transformações na sociedade e na cultura, dessa forma, com a revolução dos meios de comunicação digitais, o sujeito pós-moderno, está sofrendo influências que estão produzindo mudanças na Pós-modernidade.

Nesse artigo, dentre tantas alterações, destacou-se um processo de isolamento que os meios de comunicação digitais estão produzindo, de forma que contraria o seu funcionamento de mediação entre os indivíduos, e a potência de multiplicação de seus contatos. Ao que parece, os contatos virtuais não estariam satisfazendo a necessidade de trocas de experiências, promovendo isolamentos e a sensação de solidão. Dentro desse processo, o sujeito está, através dos meios digitais, se fechando em si, em suas relações virtuais, na satisfação hedonista de seus prazeres, e na sua busca de visibilidade. Essas ações tem promovido um aumento do individualismo, a falência dos processos de alteridade, e, com isso, uma virtualização dos contatos que se tornam cada vez mais voláteis. Por causa desses fenômenos, é que se denominou o indivíduo da Pós-modernidade de sujeito ensimesmado. Além disso busca-se alertar que esse ensimesmamento dos usuários de meios de comunicação digitais, põem em risco a saúde dos indivíduos, bem como à própria existência da sociedade.

Recebido em: 29/10/2019

Aceito em: 02/12/2019

Referências

BAUDRILLARD, J. **Senhas**. São Paulo. Difel. 2001.

BAUMAN, Z. **Vida para Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, L. **O Mal-Estar da Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1998.

CARDOSO, W. **Solidão Disfarçada pelas Redes Sociais**. Disponível em: <https://wilcardoso.atavist.com/a-consequencia-das-redes-sociais-e-seus-impactos-nos-processos-evolutivos-da-sociedade/>. Acesso em 2018.

COELHO, J. T. **Semiótica, Informação e Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

DUGNANI, P. **Comunicação e Consumo: A Estetização da Diversidade e a Neutralização da Alteridade**. Disponível em: http://anais-comunicon2018.espm.br/GTs/GTPOS/GT9/GT09_DUGNANI.pdf. Acesso em: 14/11/2018a.

DUGNANI, P. **Globalização e Desglobalização: Outro Dilema da Pós-Modernidade**. Revista **Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 2 (2018), Maio, junho, julho e agosto de 2018. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revista-famecos/article/view/27918/0>. Acesso em: 14/11/2018b.

FOUCAULT, M. **As Palavras e as Coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1990/ 2004.

HAN, B. **Sociedade do Cansaço**. Petropolis: Vozes, 2015.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2015.

LIPOVETSKY, G. & SERROY, J. **A Estetização do Mundo: Viver na Era do Capitalismo Artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

LIPOVETSKY, G. **Felicidade Paradoxal**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MANNO, M. V. M. e ROSA, F. C. M. Dependência da Internet: sinal de solidão e inadequação social? **Polêmica**, Rio de Janeiro vol. 18, n.2 (2018). Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/article/view/37793>. Acesso em: 15/01/2018.

MCLUHAN, M. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**. Cultrix: São Paulo, 1996.

MORENO, J. C. A Internet em McLuhan, Baudrillard e Habermas. **Observatório Journal**, Lisboa vol.7 - no3 (2013). Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/obs/v7n3/v7n3a04.pdf>. Acesso em: 20/01/2018.

MORIN, E. **O Cinema ou o Homem Imaginário**. Lisboa: Moraes, 1970.

SANTOS, T. C. **O Impacto das Novas Tecnologias nas Subjetividades Contemporâneas e suas Relações com a Comunicação e a Solidão**. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_595.pdf. Acesso em 10 dez. 2018.