
O Vazio Existencial na Era do Excesso de Informação Midiática

The Existencial Emptiness in the Era of Excessive Media Information

Giovana Godoi¹
Ana Clara Colemonts²

RESUMO

O trabalho propõe debater o vazio existencial social e a sua relação com o excesso de informação midiática. Pondera de que forma o imediatismo têm provocado embotamento e transformado o indivíduo. Reflete sobre a falta de contemplação da realidade, através de uma vivência por detrás das telas e suas influências. Inspira-se no conceito de modernidade líquida e o relaciona, através de dados de consumo, com os sintomas do vazio existencial.

PALAVRAS-CHAVE: Vazio existencial; informação midiática; consumo digital; excessos sociais; modernidade líquida.

ABSTRACT

This work proposes to debate the existencial emptiness and it's relationship with the excess of media information. It ponders how immediacy has been causing dullness, transforming the individual. It reflects on the lack of contemplation of reality, through an experience behind the screens and their influences. It's inspired by the concept of liquid modernity and relates it, through consumption data, to the symptoms of existential emptiness.

KEYWORDS: Existencial emptiness; media information; digital consumption; social excesses; liquid modernity.

INTRODUÇÃO

*“Entre a tristeza e o nada, eu escolheria a tristeza.”
(Trecho do filme À Bout de Souffle, 1960, Jean-Luc Godard)*

A pós-modernidade traz consigo uma demasia de novidades informativas, de forma dinâmica e excessiva. Os feeds de notícias estão sendo constantemente atualizados, com novas informações substituindo umas às outras a cada segundo. Enquanto isso, à volta das telas, o mundo é acelerado, e o tempo parece encolher progressivamente para questões como

¹ Recém-graduada em Jornalismo pela Universidade Positivo (UP), e-mail: lunatiqgigi@gmail.com.

² Recém-graduada em Jornalismo pela Universidade Positivo (UP), e-mail: claracolemonts@gmail.com.

o silêncio, o aprofundamento e a contemplação. Torna-se um desafio para o indivíduo o ato de se recolher e entender-se em meio ao contexto midiático voraz. Ao invés disso, sente-se a necessidade cada vez maior de consumi-lo, de acompanhar o seu ritmo inesgotável, de fazer parte de seus processos.

É necessário perceber que, através do excesso de informação midiática e sua urgência, diversos aspectos do cotidiano estão sendo influenciados. A agilidade e a crescente obsessão por mecanismos imediatos e digitais têm induzido as pessoas a viver sob um estado de estimulação sensorial contínua; esses estímulos acontecem, por exemplo, a partir dos sons das notificações, de recursos imagéticos e de novas tendências que causem no indivíduo o desejo de participação, de estar conectado, atualizado. Apesar de reconhecer que tais mecanismos e recursos digitais podem ser ferramentas de praticidade, e facilitadoras da comunicação (ultrapassando barreiras geográficas), há o risco e a tendência de que o uso dos artifícios digitais seja abusivo e a sociedade esteja pouco preocupada em controlá-lo, dosando o tempo de consumo de maneira desgovernada.

A empresa de pesquisa GlobalWebIndex, com sede em Londres, analisou dados de 45 dos maiores mercados de internet do mundo e estimou que o tempo diário médio que cada pessoa dedica a sites ou aplicativos de mídia social aumentou de cerca de 90 minutos em 2012 para 143 minutos nos primeiros três meses de 2019 (BRASIL..., 2019).

É interessante pontuar o fato de que a sociedade está se transformando, e as raízes do excesso de informação parecem ser dominantes sobre o sujeito (demonstrando pouca capacidade de controle do indivíduo frente a tal cenário) e fazendo parte de uma angústia incompreensível, de um embotamento cheio de incertezas e de uma incompreensão notável da própria existência no mundo. O excesso de informação e a pouca prudência social de seu consumo contribui, resumidamente, com a expansão um vazio abstrato, o vazio existencial. Isso porque, a cada vez que se substitui a metafórica “voz interior” por uma carga de novidades emitidas pela mídia, há um afastamento da pessoa de si própria.

A cada vez que esse vazio existencial dolorosamente abstrato lateja, e se busca um entretenimento para ignorá-lo, o vazio cresce, e faz com que as pessoas sejam gradualmente mais voláteis e inclinadas a consumir, num ciclo vicioso e obsessivo. Torna-se difícil, e

distante da natureza humana, se aprofundar em temáticas, observar detalhes, respeitar o silêncio.

É preciso discutir até que ponto a relação pessoal com o consumo de informações é saudável, debatendo limites e autoconhecimento. A sociedade está recorrendo às ferramentas digitais e à informação midiática conscientemente, ou as está utilizando de forma compulsiva, tentando preencher o vazio existencial?

1. O VAZIO DE EXISTIR EM TEMPOS NÃO VIVIDOS

Na era do excesso de informação midiática, cada indivíduo carrega as suas lacunas emocionais aparentemente crescentes. Essas lacunas poderiam ser também definidas como “vazio existencial”. Há, aparentemente, uma dificuldade de confrontá-lo. Segundo Bueno (2013), para a revista *Super Interessante*, “a solidão é a arte do encontro com o vazio existencial”, que é intimidador. Observa-se uma busca constante por algo indecifrável, na tentativa neurótica de não sentir as ações do tempo sobre a falta. “Seguindo essa configuração, somos levados a pensar que o homem encontra-se em um grande desespero, pois suas perturbações psíquicas são caracterizadas por um mal-estar difuso e invasor, por um sentimento de vazio interior” (LIPOVETSKY, 2005, p. 64). Viktor Frankl define o vazio existencial como “um abismal completo de falta de sentido, acompanhado de um sentimento de vazio” (2005, p. 9). Ou seja, a falta consequente de ensejo, de perspectiva, de uma razão grandiosa para se estar vivo, ou, simplesmente, a falta de algo que não se concebe racionalmente. O vazio também pode se exprimir através da apatia, do embotamento.

Segundo Eloisa Marques Miguez (2015, p. 20), “do ponto de vista das vivências emocionais, o sentimento de carência de sentido se exterioriza concretamente de duas formas: no ‘tédio’ (desgosto, aborrecimento, enfado) e na ‘apatia’ (insensibilidade, ‘calma estoica’, indiferença)”. Isso gera uma aflição incompreendida (para si mesmo), que impulsiona a busca impaciente de algo para preencher o território desconhecido e inocupado do vazio existencial, tornando a pessoa insaciável por aquilo que pode supostamente preenchê-lo. “Não desejamos mais nada da vida — ter desejos não faria sentido, pois não poderiam ser satisfeitos. Mesmo assim, as pessoas que sofrem de tédio crônico sentem uma inquietação torturante” (KAST,

2016, p. 103). O desejo assíduo e perseverante de desfrutar de uma sensação, surpresa ou novidade o tempo todo, como recurso de escape desse sentimento de apatia, distancia a possibilidade dessas sensações serem reais ou saudáveis.

O ser humano está sempre em busca de algo que dê sentido à sua existência. Essa incessante procura, por muitas vezes, ocasiona angústia e ansiedade, podendo derivar o vazio existencial, o qual se exprime a partir de outros estados, como tédio, conformismo, submissão e obsessão (SOUZA; CUNHA, 2017, p. 2).

Entende-se, então, que quanto mais o indivíduo experiencia inconscientemente o vazio existencial, mais ele busca informação como preenchimento. E quanto mais ele tenta preencher-se através da fuga pelo consumo, mais cresce justamente o mesmo vazio, numa relação inversa e cíclica. O atual contexto em que vivemos, altamente tecnológico, veloz e comercial, com tantos artifícios comunicacionais e interações midiáticas envolventes à disposição constante, pode alimentar esse ciclo vicioso. “Mais do que uma ausência, um vácuo, o vazio representa um novo conteúdo. A modernidade estruturou-se como imaginário do dever e do homogêneo” (JARDIM, 2005, p. 11). O vazio não se trata necessariamente de não sentir algo, mas do desejo de sentir incessantemente, temendo a chegada da falta.

“A era do vazio é um templo de comunicação. Não mais da comunicação como conteúdo ou mensagem, no sentido moralizador desse termo, mas comunicação como forma de contato, expressão de desejos, emancipação de julgo utilitário” (JARDIM, 2005, p. 11). Num contexto em que paira constantemente o universo cibernético desmesurável, munido de sua linguagem acessível e sedutora, o silêncio do próprio vazio se afasta, assim como a relação de sensorialidade que o mundo tangível estabelece com o autoconhecimento. “Tudo resulta demasiadamente intangível e aparentemente imaterial, o que não diminui seus efeitos contundentes sobre nosso modo de existir e viver” (RATTO, 2014, p. 168).

Dessa forma, o indivíduo deixa de se mover pela razão de existir, sentir e refletir, mas aparentemente, se vicia em estímulos que acarretam sensações vagas e ofuscam aquilo que é preciso que ele observe na sua particularidade intrínseca. Segundo Frankl (2005, p. 18), “podemos dizer que certas necessidades são criadas artificialmente pela sociedade de hoje, e, no entanto, a necessidade de um sentido [existencial] permanece insatisfeita.” Socialmente, a

maioria das pessoas está tão acostumada com a aceleração diária (especialmente urbana) e tão envolvida com a constante emissão de mensagens, luzes, imagens, idealizações de produtos e sensações, que há pouca entrega pessoal e integral às vivências “reais”, não as experimentando integralmente de acordo com o tempo que levam, mas as fragmentando de acordo com as informações fluidas recebidas ou emitidas através dos smartphones e anúncios.

Quando a conexão com a internet demora tanto quanto um minuto, muitos de nós ficamos zangados com a lentidão de nossos computadores. Estamos nos acostumando a esperar efeitos imediatos. Queremos um mundo que seja cada vez mais parecido com uma xícara de café instantâneo: basta misturar o pó à água e ingerir a bebida. Estamos perdendo a paciência, mas grandes realizações exigem uma grande dose de paciência (BAUMAN; RAUD, 2018, p. 105).

Apesar de a sensação de vazio ser aplicável ao contexto atual, tão tecnológico e dinâmico, o termo “vazio existencial” foi criado pelo psiquiatra vienense Viktor Frankl na década de 1950. A expressão deu origem à logoterapia, técnica de terapia criada especialmente para trabalhar a falta de sentido. “A logoterapia é uma escola psicológica de caráter multifacetado – de cunho fenomenológico, existencial, humanista e teísta –, conhecida também como a ‘Psicoterapia do Sentido da Vida’” (MOREIRA; HOLANDA, 2010, p. 346). Isso mostra que o vazio existencial não está presente na sociedade particular e exclusivamente por causa do excesso de informação midiática e na pós-modernidade. Ele está presente na natureza do ser humano, mas é agravado pelos fenômenos de abundante consumo.

É possível compreender o vazio existencial de forma mais prática e ilustrativa através de determinadas produções artísticas e da noção incorporada que elas trazem para a consciência do contemplador. O cinema, por exemplo, retrata o vazio existencial a partir de múltiplas perspectivas. Um exemplo interessante é o clássico *Scarface*, dirigido por Brian de Palma. A narrativa do filme esmiúça subjetivamente o vazio existencial que assola a vida do protagonista impulsivo e ambicioso Tony Montana; no auge da ascensão da cocaína nos Estados Unidos, em meados dos anos 1980, Montana se envolve com o tráfico internacional de drogas e faz de sua vida uma constante atribulação de dinheiro, ganância e drogas, sendo consumido pela continuidade desse ritmo. O personagem inquieto se inspira na frase “*the*

world is yours” (em português: “o mundo é seu”). Seu característico desejo crescente de romper limites e de estar “no topo” o leva à ruína; à ruína de suas relações humanas, além do desmoronamento do império luxuoso e particular que construiu através do tráfico.

Abordando uma outra perspectiva, baseada na pós-modernidade tecnológica, futurista e informacional, podemos trazer também de exemplo à reflexão, a série televisiva britânica *Black Mirror*, que, em episódios específicos, hiperboliza os sintomas discutidos neste capítulo.

Por este caminho, a má interpretação do vazio poderia atraparlar o sentido de viver, transformando-o em um não viver, seja qual for a sua circunstância.

2. MÍDIAS DIGITAIS E INFORMAÇÃO NA MODERNIDADE

A era da informação é caracterizada pelo grande volume de conteúdo transmitido em alta velocidade, atingindo a sociedade de forma cada vez mais rápida. As transformações tecnológicas permitiram uma propagação mais ampla da informação por meio das mídias digitais. Com a popularização da internet, os usuários lidam com um fluxo informacional contínuo. Os conteúdos divulgados no ambiente virtual constituem um novo padrão de consumo de informação, caracterizado por conexões múltiplas que não seguem uma linearidade. Segundo Mallman, essa concepção difusa de mídia nos mostra um processo de desmaterialização e virtualização da realidade, em que a ambiência comunicacional “torna-se porosa, líquida, gasosa e, por vezes, invisível” (2010, p. 26). Dessa maneira, a autora estabelece uma relação da nova realidade das mídias digitais com a modernidade líquida de Bauman, enfatizando a mutabilidade desse contexto.

A partir disso, é preciso analisar de que forma as pessoas reagem ao intenso fluxo informacional, percebendo quais são as consequências desse fenômeno. Para entender os hábitos de consumo de mídia da população brasileira, a Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República realizou a Pesquisa de Mídia Brasileira 2016, por meio do instituto IBOPE Inteligência. No novo padrão de consumo apresentado pela pesquisa (BRASIL, 2016), o público apresenta dificuldade ao focar em apenas um meio de comunicação, devido à grande quantidade de dados disponíveis. Os participantes afirmaram

utilizar a internet junto a outros meios de comunicação, simultaneamente: 19% declararam assistir à TV; 15% disseram usar o celular, 9% afirmaram ouvir rádio, 2% responderam ler livro, jornal ou revista e 18% dos entrevistados afirmaram trocar mensagens instantâneas pelo WhatsApp. Além disso, o consumidor de notícias recebe estímulos em um fluxo constante.

A pesquisa apresenta questões interessantes sobre a forma que os indivíduos estão se relacionando com os dispositivos tecnológicos. Felinto (2008, p. 38) argumenta que se “toda a história da humanidade foi caracterizada pela raridade da informação — e daí o seu valor intrínseco — hoje sofremos por seu excesso”. Para o autor, o excesso de informação gera uma situação de desequilíbrio na sociedade, em que os indivíduos estão impossibilitados de escapar desse contexto, “de encontrar um “local” da cultura que não esteja sobrecarregado de estímulos informacionais” (FELINTO, 2004, p. 146). Os novos consumidores de conteúdo estão expostos a uma sobrecarga informacional.

3. CONSUMO E VAZIO EXISTENCIAL

Na sociedade moderna, grande parte do consumo se estabelece a partir das subjetividades dos consumidores, que buscam e compram bens para garantir a sua sobrevivência, como também para estabelecer aspectos da organização do cotidiano. Barbosa e Campbell explicam que bens e serviços são “partes integrantes de sistemas de práticas e representações que os tornam significativos e, portanto, “reais” para determinados grupos e indivíduos” (2007, p. 108). O consumo possibilita que indivíduos estabeleçam uma conexão com o mundo, servindo também como um recurso de autoexpressão.

Os bens representam uma parte tangível da cultura. Segundo Douglas e Isherwood, as escolhas de consumo podem definir a evolução do consumo. “A cultura evolui e as pessoas desempenham um papel na mudança. O consumo é a própria arena em que a cultura é objeto de lutas que lhe conferem formas” (2004, p. 102-103). Para os autores, o consumo também é responsável por estabelecer e manter relações sociais, funcionando como um canal de trocas.

Na modernidade líquida, a realidade é permeada por um intenso tráfego informacional. Bauman (2004, p.13) afirma que a velocidade dos meios de informação causa uma aflição nos indivíduos, que sentem a necessidade de integrar esse padrão. “Estar em movimento, antes um

privilégio e uma conquista, torna-se uma necessidade. Manter-se em alta velocidade, antes uma aventura estimulante, vira uma tarefa cansativa”. A disruptividade e fragmentação experienciada no contexto discutido exige que os indivíduos estejam constantemente atualizados. Douglas e Isherwood afirmam que o consumo se destaca por sua capacidade de atribuir sentidos, sendo “um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos” (2004, p. 112). Em uma realidade que transita por rápidas mudanças, o consumo oferece condições para criar novas e contínuas sínteses do mundo. Segundo os autores, esses fatores justificam o impulso por trás da demanda.

As reações geradas pela exposição com esses bens proporcionam conforto, pois desejar algo intensamente ajuda a atribuir significados a sua própria existência, sendo uma resposta “à insegurança ontológica ou à angústia existencial” (BARBOSA; CAMPBELL, 2007, p. 57). Tal processo funciona como uma forma de legitimar a realidade. Os aspectos difusos e mutáveis da modernidade líquida provocam uma sensação de inconstância diante do mundo, motivando a necessidade de permanecer conectado. Nesse sentido, a busca pelo consumo informacional pode ser analisada como um processo compensatório, dentro do qual a sociedade passa por transformações cada vez mais rápidas. Essa agilidade exige que o indivíduo crie novas formas de lidar com suas questões existenciais, significando a sua vivência em aspectos transitórios da realidade.

O ambiente virtual oferece um canal para que os usuários desfrutem de infinitas possibilidades de conteúdo e experiências sensoriais, servindo como uma ferramenta para preencher lacunas emocionais negligenciadas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os sentimentos humanos são complexos, mas não inenarráveis. O amor, a melancolia e a euforia — dentre uma gama extensa de tantos outros — podem ser e são expressados nos momentos efêmeros da vida. A sensibilidade de captar esses momentos fugazes dá sentido à existência, direcionamento às perspectivas e nutrição à essência do que somos.

O que se constatou neste artigo, são as expressões de carência do indivíduo e da sociedade de atentar para o efêmero, o real, o silêncio e à própria natureza humana. Foi

sugerido, a partir da valorização do bem-estar e da vivência, reconsiderar o uso pessoal dos artifícios de consumo de mídia, analisando o impacto desse hábito no psicológico individual e no autoconhecimento.

Também foi abordado no artigo especificamente o sintoma de vazio existencial em decorrência do fenômeno da modernidade líquida e do excesso de informação midiática; no entanto, é importante ressaltar que o reflexo individual desse evento pode ser variante de pessoa para pessoa, abrindo um leque de possibilidades distintas nos contatos particulares.

Com as realizações científicas, o avanço tecnológico e a propagação da mídia, é plausível considerar que o excesso de informação midiática tende a crescer e a ocupar cada vez mais o espaço urbano; é necessário, então, que a reavaliação dessa relação de consumo parta do indivíduo para com o contexto, e não somente o oposto. Afinal, a posição deste trabalho não foi a de apontar uma culpa unilateral e sólida à mídia, mas de refletir sobre as relações mútuas estabelecidas que levantamos até este momento.

Nesse sentido, enfatizou-se nesse debate, a importância de um respiro em meio à “onipresença” midiática, e o valor usá-la para o que possa ser útil e aprimorador, respeitando os próprios limites do indivíduo nesta relação, de forma a não tornar-se nociva. No mais, a busca pelo autoconhecimento, pela compreensão e tradução do próprio vazio e sua essência são pontos importantes nesse processo.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt; RAUD, Rein. **A individualidade numa época de incertezas**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

BUENO, Marcos. O que você pode aprender com a solidão. **Superinteressante**, 2006. Disponível em: <https://super.abril.com.br/comportamento/o-que-voce-pode-aprender-com-a-solidao/>. Acesso em: 06 mai. 2018.

BRASIL. Presidência da República. **Secretaria Especial de Comunicação Social**. 2016. Pesquisa Brasileira de Mídia - 2016. Disponível em: http://www.abap.com.br/pdfs/pesquisa_midia.pdf. Acesso em 07 set. 2020.

BRASIL é 2º em ranking de países que passam mais tempo em redes sociais. *Época Negócios*, 06 setembro 2019. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/09/brasil-e-2-em-ranking-de-paises-que-passam-mais-tempo-em-redes-sociais.html>. Acesso em: 07 set. 2020.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD; Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.

FELINTO, Erick. Prazerosa Confusão de Fronteiras: Sobre o Imaginário do Excesso e da Transgressão na Cibercultura. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 11, n. 24, p. 140-148. 2004.

FELINTO, Erick. VIDEOTRASH: o YouTube e a cultura do “spoof” na internet. *Galáxia: PUC-SP*, São Paulo, n. 16, p. 33-42, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641242004.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2020.

FRANKL, Viktor E. **Um sentido para a vida: psicoterapia e humanismo**. 14. ed. São Paulo: Ideias e Letras, 2005.

JARDIM, George Ardilles da Silva. O individualismo na cultura moderna. *CAOS*, João Pessoa, n. 7, p. 23-31, set. 2005.

KAST, Verena. **A alma precisa de tempo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016, 160 p.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri: Manole, 2005.

MIGUEZ, Eloisa Marques. **Educação em Viktor Frankl: entre o vazio existencial e o sentido da vida**. 2015. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

MALLMANN, Andréia Denise. Mídia fluida: por uma renovação conceitual. *Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, v. 15, n. 24, p. 18-27. 2010

MOREIRA, Neir; HOLANDA, Adriano. Logoterapia e o sentido do sofrimento: convergências nas dimensões espiritual e religiosa. *Psico-USF: Bragança Paulista*, v. 15, n. 3, p. 345-356, set./dez. 2010

RATTO, Cleber Gibbon. Enfrentar o vazio na cultura da imagem – entre a clínica e a educação. *Pro-Posições: Unicamp, Campinas*, v. 25, n. 1, p. 161-179, jan./abril 2014.

SOUZA, Kathyelle Ninfa Moneta; CUNHA, Manuella Renata Santos da. Nomofobia: o vazio existencial. *Psicologia.pt*, 2018. Disponível em: https://www.psicologia.pt/artigos/ver_artigo.php?codigo=A1166. Acesso em: 15 mai. 2018.