

**UNIVERSIDADE BRASIL  
CURSO DE PSICOLOGIA**

MICHEL WILLIAM DE OLIVEIRA

**REDES SOCIAIS E O VAZIO EXISTENCIAL NO MUNDO  
PÓS-MODERNO**

São Paulo  
2019

# **REDES SOCIAIS E O VAZIO EXISTENCIAL NO MUNDO PÓS-MODERNO**

Michel William de Oliveira  
Curso de Graduação em Psicologia  
Orientador: Profº. Ms. Fábio Pinheiro Santos

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado à Universidade Brasil, como parte dos requisitos necessários para obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

São Paulo  
2019

## RESUMO

Este artigo busca refletir sobre o uso das redes sociais sob os aspectos da Análise Existencial, especificamente no que diz respeito ao vazio existencial, sentimento cada vez mais comum na sociedade pós-moderna, o qual as pessoas tentam preencher a todo custo e onde há uma busca incessante da felicidade. Traz também características do mundo pós-moderno e suas principais conseqüências nas relações e no modo de existir do ser humano. Esse trabalho se justifica pela abordagem de um tema atual, à medida que promove reflexões sobre as novas formas de interação e relações nas redes sociais, tendo estas, muitos aspectos possíveis de serem analisados sob diversas perspectivas e que embora despertem a atenção de muitos estudiosos, as publicações de análises mais específicas são escassas, mas pertinentes, uma vez que estamos numa época de incertezas e inseguranças sobre as relações e nossa forma de agir em relação ao outro e a nós mesmos. Conclui-se que à medida que as pessoas buscam se tornar visíveis nesse mundo virtual, valorizando o ter em detrimento do ser, são atingidas por um sentimento de indiferença e tédio – vazio existencial – e a felicidade se torna mais distante, pois agindo pelos modelos impostos pela sociedade, acabam se desligando dos valores e conseqüentemente buscam apenas o próprio bem estar, fato que contraria a idéia de autotranscendência de Frankl, o qual diz que para realizar o sentido, é preciso autotranscender, ou seja, ter atitudes que contribuam para o bem estar da sociedade ou de alguém específico.

**Palavras-Chave:** Sociedade pós-moderna, Redes sociais, Vazio existencial.

# 1. INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea está cada vez mais imersa no universo do efêmero. As relações são frias, pessoas buscam consumir produtos incessantemente e transformam a si próprias em objeto de consumo. A respeito disso, estudiosos da modernidade, fazem análises das relações sociais na nossa sociedade, caracterizada pela velocidade com que tudo acontece e ao mesmo tempo pela angústia que isto causa. Além de ser uma sociedade que incentiva o culto ao individualismo e à busca de felicidade, felicidade esta que acredita-se estar nas formas de consumo pregado pelo capitalismo.

Com a superficialidade que domina as relações humanas cada vez mais, o ser humano acaba por sentir-se sozinho, carente. Para se livrar do estado de solidão, pode buscar nas distrações preencher a falta, o vazio. Na Análise Existencial, o vazio existencial é definido como um sentimento em que a pessoa não consegue ver uma razão satisfatória para a vida, não tem um para quê viver. As redes sociais que vem ganhando um grande número de adeptos, podem ser um meio de escapamento, onde as pessoas buscam preencher esse vazio. Torna-se um ciclo em que a superexposição nos torna cada vez mais frágeis, as relações são efêmeras, sem intensidade. Há pessoas que mergulham no universo das relações virtuais e se esquecem que a medida que o vínculo das relações pessoais é enfraquecido, há mais possibilidades de deparar-se com um vazio existencial.

As redes sociais possuem diferentes finalidades e público-alvo, que têm foco em contatos profissionais, amizades, relacionamentos amorosos, pesquisas, dentre outros. Nas redes há uma facilidade de comunicação entre os usuários, inteirando-os do conteúdo gerado por eles mesmos, com postagem de mensagens instantâneas e textos, compartilhamento de vídeos, áudios e imagens. Com o constante crescimento da internet e das mídias sociais, estão se formando redes sociais bem definidas com os mais diversificados perfis, expondo opiniões e compartilhando momentos.

É nesse contexto que o presente trabalho, tem o objetivo de refletir sobre o uso das redes sociais e o vazio existencial, conceito abordado pela Logoterapia e

Análise Existencial. Visto que o vazio é um sentimento cada vez mais comum na sociedade contemporânea, o qual as pessoas tentam preencher a todo custo. Neste artigo também são explanadas características do mundo pós-moderno e suas principais conseqüências nas relações e no modo de existir do ser humano, que com a falta de segurança provocada pelas transformações do próprio sistema capitalista do consumo, contribui para que as pessoas estejam desorientadas, com a falta de um referencial a seguir. Ao mesmo tempo em que devemos seguir os padrões da moda, somos incitados a criar nosso próprio estilo e demonstrar nossa personalidade, através do que consumimos. Nas redes sociais, as pessoas têm mais facilidade de demonstrar sua personalidade, por exemplo, exibindo o que se consome.

A evolução do capitalismo, conseqüentemente provocou grandes revoluções tecnológicas que permitiu chegar a uma explosão de conexões no mundo inteiro. As redes sociais atualmente, tornaram-se um espaço em que é permitido buscar fama e poder, exibir-se e chamar a atenção para si. É esse uso às vezes equivocados que algumas pessoas fazem das redes sociais, que pode levar ao sentimento do vazio. É justamente sobre esse aspecto que propõe-se refletir.

O que pode ser observado é que cada vez mais, pessoas aderem ao uso das redes. Assim como também é crescente o quadro de indivíduos que se queixam de um vazio existencial ou a falta de sentido na vida. Aqui, não se pretende averiguar qual a correlação entre essas duas afirmativas, mas fazer uma reflexão dos efeitos do uso das redes na vida das pessoas, as quais já vivem em uma sociedade que postula o individualismo e o exibicionismo. Aspectos que vão de encontro ao que postula a teoria de Viktor Frankl, a qual considera que para a realização de sentido é necessário transcender, ou seja, orientar-se para algo ou alguém, além de si mesmo. Se não autotranscender não encontrará sentidos na vida.

Para fundamentar esse trabalho, foram feitas pesquisas de artigos sobre as redes sociais, assim como foram feitas leituras de livros de autores que abordam a sociedade pós-moderna e sobre os pressupostos da Logoterapia e Análise Existencial. O material foi selecionado de acordo com o tema abordado. Percebeu-se na pesquisa que são escassas produções brasileiras sobre estudos mais aprofundados das implicações do uso das redes sociais e a maioria dos conteúdos relacionados são publicados em inglês. Portanto, ao mesmo tempo em que dificulta a elaboração de

textos mais completos sobre o tema, pode contribuir para o incentivo de novas produções sob novas perspectivas.

Trata-se de um artigo, no qual, para o alcance do objetivo proposto, a metodologia empregada foi a pesquisa bibliográfica, que consiste no levantamento de material já elaborado e publicado em documentos, tais como livros e revistas, com vista a explicar um tema com base em referências teóricas. A pesquisa bibliográfica é reconhecida como um procedimento metodológico importante na produção do conhecimento científico capaz de gerar, especialmente em temas pouco explorados, a elaboração de hipóteses ou interpretações que servirão de ponto de partida para outras pesquisas. (LIMA E MIOTO, 2007).

Portanto, a seguir serão descritas características mais específicas da sociedade pós-moderna, visto que esta promoveu um grande desenvolvimento das tecnologias e será relatado brevemente sobre a evolução da internet no Brasil que culminou com a explosão do uso das redes sociais. Também serão feitas algumas considerações sobre o uso das redes sociais e a relação com o vazio existencial.

## **1.1 SOCIEDADE PÓS-MODERNA**

A sociedade contemporânea é descrita pelo filósofo francês Gilles Lipovetsky, como a sociedade do hiperconsumo, a qual começou a ser constituída a partir do século XIX, com o advento do capitalismo, descrito a seguir em suas três fases, culminando com a atual sociedade. Pauta-se no consumo voltado ao individualismo e ao prazer de se exibir e sentir-se bem consigo mesmo (LIPOVETSKY, 2007).

De acordo com Lipovetsky (2007), a fase I, da era do mercado de massa começa por volta dos anos 1880 e com término na Segunda Guerra Mundial e caracteriza-se como a fase da distribuição, na qual houve a expansão da produção em grande escala. Essa fase ilustra uma dinâmica em que um conjunto de produtos de longa e curta duração tornou-se acessível a um maior número de pessoas, embora considerado um processo limitado devido aos poucos recursos da maioria das famílias para aquisição dos modernos equipamentos. Portanto, a fase I concebeu um consumo de massa imperfeito, predominantemente burguês. A partir dessa fase

também foi criado o *marketing* de massa, bem como o consumidor moderno. Através da publicidade o cliente tradicional que confiava no vendedor, passou a ser o consumidor de marcas que era necessário educar e seduzir, através da publicidade.

A fase II (sociedade do consumo de massa) com início por volta do ano de 1950, estende-se pelas três décadas do pós-guerra, dando continuidade a processos criados no período anterior, essa fase caracteriza uma ruptura cultural, com grandes mudanças e radicalidade (LIPOVETSKY, 2007)

Com a ampliação da regulação fordiana da economia, essa fase é marcada principalmente pela lógica da quantidade, da produção em larga escala, o consumo de massa, com o que se chamou de “a sociedade da abundância”. A facilidade de acesso a bens e serviços, a praticidade dos eletrodomésticos e principalmente o surgimento do sentimento de competitividade entre as empresas, culminaram com a invenção do marketing que por sua vez, focou a atenção das corporações para as constantes necessidades e satisfação do cliente. Aqui domina a lógica da quantidade, com uma considerada baixa dos preços. Sendo assim, a produção e o consumo pretendiam uma distribuição em massa (LIPOVETSKY, 2007).

Lipovetsky (2007) descreve que na fase II, os produtos passaram a ser mais diversificados e as mercadorias passaram a ser produzidas com curto tempo de vida para fazê-las passar da moda pela renovação rápida dos modelos e dos estilos. Trata-se de uma ordem econômica já se construindo em parte, pelos princípios da sedução, do efêmero e da diferenciação. Com o nascimento de uma nova sociedade pautada no crescimento e em melhores condições de vida, o objetivo é criar um cotidiano confortável e fácil, sinônimo de felicidade.

Além do mais, nessa fase a sociedade passou a ser regida pelo espírito de sedução, do hedonismo, da despesa, do humor, da libertação e pelo tempo presente. Portanto, caracterizada como a sociedade do desejo, assumindo um imaginário de felicidade através do consumo - felicidade paradoxal - culminando numa profunda transformação cultural. Essa dinâmica de comercialização transformou o consumo em um estilo de vida, movido pelo novo e por valores materialistas, voltado para satisfações imediatas. Causou, portanto, uma revolução do conforto, do cotidiano e do sexual, originando um segundo modelo individualista de ser, marcado pelo culto

hedonista e psicológico (LIPOVETSKY, 2007).

A fase III é representada segundo Lipovetsky (2007), pelo consumo emocional, o qual tem como estratégia demonstrar ao consumidor a importância da experiência e das memórias afetivas ligadas à marca. As músicas, os odores das lojas e a diversificação dos ambientes, estimulam os sentidos do consumidor, de modo que ele passa a comprar pelo conceito e visão de vida e não pela qualidade do produto. Na era do hiperconsumo, consolidada na fase II, as pessoas consomem cada vez mais em função de finalidades, gostos e critérios individuais, caracterizando-se por uma lógica subjetiva e emocional.

Aqui a aquisição de produtos não funciona somente como visibilidade econômica e social das pessoas. O valor do estatuto, ou de um parâmetro está sendo substituído por um valor particular e único da casa de cada um. O consumo cria a identidade do consumidor, que vai se revelando através do que compra, dos objetos que ocupam seu espaço pessoal e familiar. É a tentativa do *Homo Consumericus* de responder quem ele é (LIPOVETSKY, 2007).

Para complementar as idéias de Fromm (1977), que traz em uma de suas obras uma explanação sobre os modos ter e ser caracterizados na sociedade contemporânea. Ele afirma que o Ter é uma função normal da vida humana. Precisamos ter e utilizar certas coisas. Porém, atualmente, que presenciamos são práticas que vão além do "ter para existência". O que rege é uma ideologia consumista, uma sociedade em que se valoriza ter cada vez mais e só se é reconhecido pelos bens de consumo significativos que possui, onde se tem a impressão de que "a própria essência de ser é ter: de que se alguém nada tem, não é."

De acordo com Lipovetsky (2007), na sociedade democrática de hiperconsumo, cada pessoa deseja o que há de melhor e mais belo para si, através da apreciação dos produtos e marcas de qualidade.

Um dos conceitos que Bauman utiliza para representar a modernidade é liquidez. Vem do fato que os líquidos não têm uma forma, ou seja, são fluídos que se moldam conforme o recipiente nos quais estão contidos, diferentemente dos sólidos que são rígidos e precisam sofrer uma tensão de forças para moldar-se a novas formas (BAUMAN, 2001). Para Bauman,



o tempo e o espaço deixam de serem concretos e absolutos para serem líquidos e relativos.

Nesse novo modelo de sociedade não há uma ordem a se seguir, uma vez não existindo modos de socialização, normas e referências coletivas para se basear, não há distinção entre o alto e baixo nível, o bom gosto e mau gosto, o elegante e o vulgar, o requintado e o popular. Com a descentralização da moda e a diversificação das tendências, a marca é o conforto para

o consumidor e a angústia e a ansiedade causada no consumidor contribui para o sucesso da marca. É também no novo gosto do adolescente pelas marcas, que se encontra a ansiedade. Como forma de se mostrar visível e sair da “impersonalidade”, ele quer demonstrar sua participação na moda, na juventude e no consumo (LIPOVETSKY, 2007).

Para Fromm (1977), o novo homem e a nova sociedade são designados enquanto mistura da esfera psíquica e da estrutura socioeconômica. Nesse sentido, ele considera que “a estrutura socioeconômica da sociedade modela o caráter social de seus membros de modo a que eles desejem fazer o que têm que fazer” (FROMM, 1977, p. 135). Na modernidade que vivemos vendem-se modelos, padrões de beleza que devem ser seguidos, faltando respeito às diferenças. Falta respeito à subjetividade de cada um. O que é diferente, diverso ou estranho é simplesmente excluído, discriminado.

Na sociedade do hiperconsumo, não se reprimem mais os abusos do consumo. Pelo contrário, neste momento, os indivíduos não compram mais tão motivados pela pressão social, mas motivados pela vontade, para a satisfação do próprio prazer. Vive-se num momento de hedonismo, onde o indivíduo necessita para a visibilidade social se apresentar como pleno, satisfeito e feliz.

A ideologia do "Ter mais" e "querer sempre mais" se expressa no consumo. Consumir é uma forma de “Ter” no sentido de posse, considerada das mais importantes na atual sociedade, pois ao consumir tem-se um alívio instantâneo da angústia, sentimento de vazio de identidade, impotência existencial e moral. O homem atual, consumista, não se reconhece como transformador e criador de sua realidade, digno de si mesmo para mudar a realidade sofrida em que se encontra,

rodeada de conformismo e egoísmo. O crescimento da sociedade de consumo faz com que o homem aperfeiçoe técnicas de produção e tecnologias e se esqueça de aperfeiçoar a si próprio (FROMM, 1977).

Lipovetsky (2007) usa a expressão “Sofro, logo compro”, para representar a ideia central das compras sendo o ópio da sociedade que, quanto mais isolada e frustrada com a solidão, tédio do trabalho, fragmentação da mobilidade social, segue buscando o consolo na felicidade imediata proporcionada pelas mercadorias. A carência suprida pela compra, pelas vivências extraordinárias proporcionadas pela indústria de experiências e dos shoppings centers, apresentados como espaços de distração e divertimento para todos a qualquer hora. Portanto, o consumo como forma de fazer transparecer a condição de felicidade propiciada pelas novas experiências inspiradas pela moda. Como grande estudioso da pós-modernidade, Lipovetsky (1989), considera a moda uma estrutura social, centrada no presente, uma vez que se precisa mudar a todo tempo. A moda é um instrumento social caracterizado por uma temporalidade particularmente passageira. Envolve uma espécie de fantasia e por isso pode afetar esferas muito diversas da vida coletiva. Segundo Lipovetsky (1989), a moda trouxe um refinamento no olhar, onde vere ser visto tornou-se um prazer.

Para Lipovetsky (1989), não são as rivalidades de classe o princípio de onde decorrem as variações incessantes da moda. A questão da moda deve ser deslocada de modo que não seja uma consequência do consumo aparente e das estratégias de distinção de classes, mas a decorrência de uma nova relação de si com os outros, do desejo de afirmar uma personalidade própria que se estruturou nas classes superiores ao final da Idade Média. Longe de ser um fenômeno periférico, a consciência de ser um indivíduo com destino particular, a vontade de exprimir uma identidade singular, a celebração cultural da identidade pessoal, foram uma força produtiva e o motor da moda. Houve aí uma revolução na representação das pessoas e no sentimento de si, modificando profundamente as mentalidades e valores tradicionais, desencadeando a exaltação da unicidade dos seres e a promoção social dos signos da diferença pessoal (LIPOVETSKY, 1989).

No final da Idade Média já era perceptível com a difusão, nas obras poéticas, das confidências íntimas, o aparecimento da autobiografia, do retrato e do autorretrato realistas, a revelação da nova identidade reconhecida naquilo que é

singular ao homem, ainda que de forma muito codificada e simbólica. Em suma, a lógica da diferença e da autonomia se deu a partir da legitimidade da renovação e do presente social combinados com a afirmação da lógica individualista-estética (LIPOVETSKY, 1989).

Vale ressaltar aqui, que desde a Idade Média as pessoas já buscavam a exibição do que seria a revelação de suas identidades com os artifícios possíveis da época, em comparação aos dias de hoje, nos quais com o advento da tecnologia é permitido tirar fotos instantâneas para publicar em tempo real para possível visualização de várias pessoas conectadas no mundo inteiro.

Quem valoriza o ter, são pessoas que preferem o egoísmo e se sentem seguros através de suas posses, não se importam em ser solidários e nem se dispõem a inovar através do modo ser. Preferem o prazer instantâneo e fugaz do álcool, sexo e do consumismo, à busca do bem estar e da alegria.

Nesse modo, as pessoas são transformadas em coisas, as relações são experienciadas em caráter de propriedade. Fromm (1977) chama de caráter mercantil o fato de nos sentirmos como mercadorias, tendo nós não um valor de uso, mas um valor de troca, onde o ser humano torna-se uma mercadoria no mercado de personalidades.

O sentimento de ter é característica da sociedade industrial ocidental, na qual o dinheiro, fama, poder são temas dominantes. A expressão "ter" indica incorporação, posse e não esta relacionada ao modo de identidade existencial, mas aos hábitos linguísticos da sociedade moderna, pois "os consumidores modernos se identificam com o ato de incorporação, eu sou aquilo que tenho e consumo" (FROMM, 1977, p.45).

O "modo ser" pode ser representado na independência, na liberdade e na visão crítica. Tem como característica fundamental o ser ativo, no sentido de atividade interior e de criatividade sobre seus recursos. Ser ativo significa manifestar as aptidões e talentos de que todo ser humano é dotado, embora em graus variados. (FROMM, 1977).

Fromm (1977) reúne pensamentos utilizados por pessoas como Buda, Marx e

Freud para se chegar a passos para que possamos atingir a autonomia humanista. Apesar das boas intenções do humanista, há uma imposição do sistema capitalista que inviabilizam uma humanidade pautada no ser. Sem que essas formas de dominação sejam superadas, infelizmente, estamos ligados ao ter por uma imposição de um sistema.

Ao se referir à atual sociedade Bauman (2001) questiona a liberdade, no sentido que o indivíduo pode agir conforme os seus pensamentos e desejos, mas em contrapartida, pode recair sobre ele a responsabilidade por seus atos e ações.

Bauman (2001), fala de liberdade no sentido de que há uma contradição entre dependência e libertação, pois não há outro caminho senão submeter-se à sociedade e seguir suas normas. Bauman (1998), também compartilha da ideia de que na maioria das transformações da organização da vida atual, o que se vê é o crescente engrandecimento das forças de mercado, de uma forma cada vez mais intensa, com o objetivo de conduzir a ordem do mundo. Aqui ele traz o paradoxo no qual, a ordem deveria dar a ideia de certa fixidez, de uma disposição das coisas cada uma em seus devidos lugares e em nenhum outro mais, um uma ordem rígida que visa ao bom funcionamento das coisas segundo certas relações. Entretanto, no caso das forças de mercado, é que elas estão em constante movimento, o que significa que elas não fazem parte de nenhum lugar específico.

Esses autores abordam algumas características marcantes que nos fazem refletir sobre o nosso modo de ser e de existir. Junto com o desenvolvimento da sociedade, que passou por diversos processos para que hoje possamos ter maior facilidade de acesso a diversos produtos, vem a evolução dos meios de comunicação, os quais há tempos era restrito a uma classe prioritária e com funções bem limitadas em se comparando aos dias de hoje. A expansão da comunicação permite a conexão entre pessoas do mundo inteiro através do uso de redes sociais.

## **1.2 REDES SOCIAIS**

Estamos vivenciando uma época de comunicação instantânea e democrática,

em comparação à carta, meio de comunicação escrita à mão e com uma considerável demora de entrega. Com o passar do tempo, foram surgindo novos meios de comunicação, entre eles o telefone e o computador que passaram também por grandes transformações até chegar à grande facilidade de acesso que vivenciamos no presente. Em questões de segundos podemos nos comunicar com pessoas de qualquer lugar do mundo. Portanto, vejamos alguns processos necessários que nos permite hoje, a velocidade e facilidade na comunicação.

A rede eletrônica internet está cada vez mais se difundindo no mundo e junto com ela, vêm as redes sociais que ganham muita dimensão na forma de comunicação entre pessoas de todo o mundo. Os números de usuários só tendem a crescer num ritmo cada vez mais rápido. É justamente a rapidez que tem caracterizado a expansão do uso da internet. No Brasil, por exemplo, a expansão do uso da internet, só foi possível graças a uma série de medidas implementadas pelo poder público no setor de telecomunicações (BENAKOUCHE, 1997).

Essas medidas, porém, não são todas recentes. Para se chegar a essa facilidade de acesso que se tem atualmente, foi preciso passar por diversos processos de aperfeiçoamento. Segundo Benakouche, (1997) no Brasil, por volta da década de 1970, no século passado, a intervenção estatal no setor, além de visar superar o enorme atraso em que se encontravam os serviços de telecomunicações nacionais, em especial os serviços de telefonia, buscava atender ainda a duas grandes finalidades, cujos conteúdos contribuem para explicar o caráter precoce de muitas das medidas então propostas.

De um lado, estavam as finalidades de ordem estratégico-militar, num período em que as ações do governo se inspiravam na ideologia da segurança nacional, na qual as considerações de ordem geopolíticas eram centrais, a necessidade de implantar no país as então emergentes redes de transmissão de dados não passou despercebida. De outro lado, estavam as motivações de ordem econômica, partilhadas, sobretudo pela ala nacionalista do governo, que sonhava com um “Brasil, Grande Potência”. Seus representantes viam nas inovações tecnológicas incorporadas àquelas redes oportunidades para o desenvolvimento da inexpressiva indústria local de telecomunicações e para a criação de uma estrutura nacional de Pesquisa e Desenvolvimento (PeD) (BENAKOUCHE, 1997).

Em 1975 o uso de equipamentos de informática se intensificou no país e o Ministério das Comunicações passou a investir na transmissão eletrônica de dados, na época chamada também de telecomunicação ou telemática (BENAKOUCHE, 1997).

A demanda por esse tipo de serviço aumentou consideravelmente nos anos 70, devido, sobretudo, à emergência e à difusão da microinformática. Diante das limitações das redes clássicas (telefonia, principalmente) em garantir um serviço de qualidade, os órgãos responsáveis pela administração do setor de telecomunicações, em vários países, viram-se obrigados a providenciar a instalação de novas redes destinadas exclusivamente à transmissão de dados (BENAKOUCHE, 1997).

Hoje há grande facilidade de acesso à internet, mas para se chegar a isso, houve vários processos de melhoramento de difusão das redes de transmissão de dados. A elite foi a primeira classe a se beneficiar dos serviços. De uma perspectiva geral, isso pode ser explicado pelo poder de compra desse tipo de categoria, com acesso mais fácil aos aparelhos que viabilizavam essa conexão (BENACOUCHE, 1997).

Em se tratando das redes sociais, pode-se atribuir diversas significações como: sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica; um sistema de apoio ou um sistema físico que se assemelha a uma árvore ou uma rede. Dessa forma, a rede social representa um conjunto de participantes independentes, que unem ideias e recursos acerca de valores e interesses compartilhados (MARTELETO, 2001).

De acordo com Marteleto (2001), redes sociais é um conceito universal nos dias de hoje e ocupa espaço crescente no discurso acadêmico, nas mídias, nas organizações ou no senso comum. Seja ele um operador conceitual ou uma metáfora, parece, em princípio, servir a dois fins. Primeiro, configurar o espaço comunicacional tal qual representado e/ou experienciado no mundo globalizado e interconectado no qual se produzem formas diferenciadas de ações coletivas, de expressão de identidades, conhecimentos, informações e culturas. Segundo, indicar mudanças e permanências nos modos de comunicação e transferência de informações, nas formas de sociabilidade, aprendizagem, autorias, escritas e acesso aos patrimônios culturais e

de saberes das sociedades mundializadas (MARTELETO, 2010).

Nas Ciências Sociais, o termo “rede”, no singular ou no plural, associa-se ao adjetivo “social” para especificar o campo, mas não se delimita a uma disciplina específica, pois pode ser empregada pela Antropologia, Sociologia, Economia, Ciências Políticas, Ciência(s) da Informação (CI), Ciências da Comunicação, entre outras. De forma geral, os estudos de redes sociais permitiram a concepção de uma compreensão inovadora da sociedade, ultrapassando os princípios tradicionais, nos quais o elo social é visto como algo que se estabelece em função dos papéis instituídos e das funções que lhes correspondem. De forma diferente, o conceito de redes sociais leva a uma compreensão da sociedade a partir dos vínculos relacionais entre os indivíduos, os quais reforçariam suas capacidades de atuação, compartilhamento, aprendizagem, captação de recursos e mobilização (MARTELETO, 2010). De acordo com Marteleto (2001), em geral, os estudos que tratam dos princípios e das metodologias da análise de redes sociais enumeram significativa quantidade de conceitos e de aplicações desse domínio de estudos, caracterizando sua dispersão e vocação empírica. Trata-se de um campo que busca, ainda, estruturar suas bases teóricas e conceituais. Para Marteleto (2010), na análise dos processos de informação e comunicação em redes sociais colaborativas e interativas, é útil considerar, dos pontos de vista teórico, prático e metodológico, tanto as dimensões presenciais (clássicas) quanto as dimensões virtuais. Dentre as diferentes concepções históricas e políticas das redes sociais e suas aplicações práticas, destaca-se, como princípio geral, seu entendimento como espaços de troca coletiva e, portanto, qualificadores de informação e experiências.

A Internet, chamada “rede das redes”, caracteriza-se por dois aspectos principais. Primeiro, é um grande acervo de dados e de informações aberto a múltiplas escritas, consultas, leituras, usos e apropriações. Segundo, é um espaço ampliado geograficamente e socialmente, para interação, comunicação e sociabilidade. Portanto, atua como suporte de atividades cooperativas em escala mundial, organizadas no âmbito de comunidades massivamente interativas como a *Wikipedia*, os coletivos de desenvolvedores de *softwares* livres, os *blogs*, os jogadores em rede ou as plataformas relacionais, como *Facebook*, *MySpace*, etc (MARTELETO, 2010).

Os estudos sobre redes sociais na CI surgem, no Brasil, a partir do final dos

anos 1990, associados, como em outros domínios de conhecimento, aos processos advindos da globalização econômica e da mundialização cultural no contexto da ampliação da comunicação e dos fluxos informacionais mediados pelas novas tecnologias. Esse quadro inspira tanto as temáticas e questões abordadas, quanto favorece a produção de ferramentas metodológicas mais sofisticadas para o estudo das redes sociais. O alcance científico e a aplicabilidade metodológica desses trabalhos ainda carecem de sistematização, embora se possa afirmar, de maneira preliminar, que, no país, são ainda raros e esparsos, sem formar um conhecimento mais ampliado e crítico sobre o emprego do conceito e de suas ferramentas metodológicas no estudo das redes sociais de informação e conceitos convergentes (MARTELETO, 2010).

Nas redes sociais, cada indivíduo tem sua função e identidade cultural. Sua relação com outros indivíduos vai formando um todo unido que representa a rede. (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2006). Como um espaço de interação, a rede possibilita, a cada conexão, contatos que proporcionam diferentes informações, imprevisíveis e determinadas por um interesse que naquele momento move a rede, contribuindo para a construção da sociedade e direcionando-a. Para Tomaél et al.(2006), uma rede pode ser comparada a um conjunto de nós interconectados.

A partir do desenvolvimento dos meios de comunicação, principalmente depois da Internet, as relações sociais independem do espaço físico e do geográfico, elas ocorrem independentes do tempo e do espaço. E, mesmo assim, as relações em uma rede refletem a realidade ao seu redor e a influencia (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2006).

O espaço em que as redes sociais se constituem e se proliferam são ligadas à informação e ao conhecimento, uma vez que são eles que movimentam as redes. A relação entre informação e conhecimento é representa por um ciclo, no qual atrela a necessidade, a busca e o uso de informação, levando de uma situação à outra. Essas etapas compõem a estrutura cognitiva interna dos indivíduos e sua organização emocional (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2006).

Desse modo, o processo de conhecimento consolida-se a partir de informações com valor agregado, assimiladas pelos indivíduos ou pelas organizações



incorporadas às experiências e saberes anteriores, conduzindo à ação (TOMEAL; ALCARÁ; CHIARA, 2006). Reconhecendo-se como certo que a informação e o conhecimento são inerentes às redes sociais, sua importância social e econômica é consequência do efeito que causam nas pessoas e nas organizações. Nesse sentido, constata-se a necessidade de compartilhá-los para que possam trazer mudanças no contexto em que estão inseridos.

A definição de redes sociais apresentada por Marteleto (2001) contempla a ideia de compartilhamento de valores e interesses que, para promover o fortalecimento da rede, dependem do compartilhamento da informação e do conhecimento.

Para Marteleto (2001) a tecnologia permite que o compartilhamento da informação e do conhecimento seja mais fácil, e apesar das ferramentas colocadas à disposição das pessoas para facilitar esse processo, existem algumas barreiras para a transferência do conhecimento nas organizações. Dentre elas, algumas podem ocorrer também nas redes sociais, como é o caso da falta de confiança mútua, diferentes culturas, vocabulários e quadros de referência distintos. No entanto, são barreiras passíveis de serem facilmente superadas pelas próprias características das redes sociais.

No entanto, no caso das redes sociais, esses aspectos estão presentes no seu desenvolvimento. Caso contrário, elas já estariam fragilizadas ou nem existiriam. Prevalece uma linguagem e uma cultura comuns, oriundas dos próprios interesses, o contato independe da interação pessoal, e, quanto ao status do possuidor do conhecimento, ele já é reconhecido a partir do momento em que esse passa a ser integrante da rede (TOMAÉL; ALCARÁ; CHIARA, 2005).

No contexto da cultura digital (ou cibercultura), que materialmente vem se desenvolvendo desde a ampliação do acesso aos computadores pessoais nos anos 1980, as redes sociais on-line ocupam atualmente o centro das atenções, especialmente a partir da década de 2000, quando registraram forte crescimento de adesão e utilização, especialmente por jovens em idade escolar. (ROSADO e TOMÉ, 2015).

Colabora para esse crescimento a onipresença de acesso por meio das

conexões sem fio (*Wi-Fi*, 3G, 4G) e a maior mobilidade dos suportes (*tablets*, celulares), que vão além do computador dependente de um espaço geográfico fixo. Rosado e Tomé (2015), considera que estamos na segunda fase da "cultura do computador" ou das "tecnologias do acesso", onde a conexão é contínua, através de uma rede móvel de pessoas e de tecnologias nômades que operam em espaços físicos não ligados. O espaço urbano, que inclui a escola enquanto espaço geográfico físico, cada vez mais se cruza com o virtual no dia a dia das pessoas, e nesses espaços comunidades se formam e compartilham suas vidas, seus problemas, seus pensamentos. (ROSADO e TOMÉ, 2015).

De acordo com estatísticas o *Facebook*, *Whatsaap*, *Facebook Messenger*, *QQ*, *Wechat*, *Qzone*, *Tumblr*, *Instagran*, *Twitter*, *BaiduTieba*, *Skype* e *Viber*, são as redes mais populares em todo o mundo, classificados por número de contas ativas. Líder de mercado, o *Facebook* foi a primeira rede social para superar 1 bilhão de contas registradas e atualmente se senta em 1,71 bilhão de usuários ativos mensais, o que evidencia sua potencialidade de conectar enorme quantidade de sujeitos e permitir a centralização da circulação de dados em seus servidores de informação, criando uma "rede paralela" dentro da rede maior, que é a internet, competindo em volume de acesso com o maior mecanismo de busca da rede, o Google (ROSADO e TOMÉ, 2015).

Com as adaptações contínuas necessárias no instável ramo da informática, foram também desenvolvidos aplicativos (*apps*) para celulares, *tablets* e modelos de televisão digital em inúmeros sistemas operacionais (iOS, Android, Windows Phone), que permitem aos usuários inscritos estarem sempre conectados à rede social, alimentando-a com comentários, fotografias, vídeos e compartilhamento de *links* (ROSADO e TOMÉ, 2015).

Nas redes sociais *on-line*, são os nós-sujeitos, por meio de seus perfis, que definem a topologia de sua microrrede, tendo o poder de permitir ou negar acesso a outro nó que solicita ligação. No caso do Facebook, essas pontes são simbolizadas por expressões como "amigos de amigos", "amigos em comum" ou "grupos" sugeridos, levando o sujeito a fazer novas ligações com outros perfis existentes. Esses vínculos podem ser fortes ou fracos, com base no grau medido pela frequência e volume de informações trocadas entre dois elementos-nós dessa rede (ROSADO e

TOMÉ, 2015).

Por essa facilidade de criação de vínculos por um simples clique (baixo custo de filiação), muitos dos laços formados nas redes tendem a ser fracos, com redes que superam a capacidade de o sujeito manter comunicação forte com todos os laços que possui no banco de dados do website, os quais podem chegar a centenas ou mesmo milhares de "amigos". Cabe enfatizar que um vínculo pode nascer e se desenvolver sem que os sujeitos jamais se encontrem pessoalmente (fisicamente), não sendo este um fator primordial para a constituição de um laço forte ou fraco. Existem os laços nascidos já ociosos, em redes altamente centralizadas nas quais a troca mútua de mensagens praticamente não existirá, a exemplo de "celebridades" que possuem milhões de perfis ligados ao seu, sem interagir com cada um deles, emitindo mensagens no formato "um-todos".

Para Keen (2012), as redes sociais estão se tornando, uma espaço permanente de autoexposição de nossa nova era digital. A mídia digital, assim definida por ele, em vez de vida virtual ou segunda vida, está se tornando propriamente a vida, o palco central e cada vez mais transparente da existência humana. O objetivo é captar a atenção das pessoas no twitter, facebook, de modo que o usuário se torne onipresente. Para Keen (2012), é a solidão do homem isolado na multidão conectada. A visibilidade pessoal é o novo símbolo de status e poder na nossa era digital. Ele compara os internautas à "esquizofrênicos", desligados do mundo". Pois eles parecem incapazes de distinguir o que é ou não real.

Nesse tópico foi feito um breve panorama da evolução da internet e das redes sócias, explanando aspectos conceituais e características das redes e suas nuances. Conforme os dados, as pessoas se apoderam cada vez mais do uso das redes, cabe refletir sobre de que forma as pessoas estão se utilizando dessa ferramenta e em que pode interferir nas suas relações e na sua própria existência. Dessa forma, a seguir serão abordados conceitos da Análise Existencial de Viktor Frankl que nos ajudam a entender de que forma o ser humano pode atuar na busca pela realização do sentido da vida, fazendo assim, reflexões sobre o uso das redes por algumas pessoas que podem não conseguir encontrar esse sentido e entrar num estado de vaio existencial.

### **1.3 REDES SOCIAIS E O VAZIO EXISTENCIAL**

Ao longo dos tópicos, foram explanadas algumas características que fazem referência ao modelo imposto pela sociedade pós-moderna. Com o advento da moda, por exemplo, o homem passou a ter prazer ao ver e ser visto. Para se sentir alguém, é preciso ter (consumir) e demonstrar que tem (BAUMAN, 2004; FROMM, 1977; LIPOVETSKY, 2007). Também foi explanado sobre a expansão da internet e consequentemente do uso das redes sociais. Nesse sentido, pode-se dizer que as redes sociais tornaram-se espaço propício para as pessoas que gostam de se exhibir. À medida que as tradições vão desaparecendo e as pessoas tem que buscar estar se reinventando para encontrar seu espaço na sociedade, identifica-se também que elas agem cada vez mais pelo conformismo ou totalitarismo, ao mesmo tempo em que tentam elevar seu ego, através de um consumo incessante, tornando-se cada vez mais egoístas e individualistas.

Entretanto, o sentimento de angústia e solidão permeiam suas vidas. A ideia de liberdade que é empregada, não é utilizada com responsabilidade, pois assim, as pessoas tornam-se cada vez mais inseguras e vazias de si. O que se preza é o próprio bem estar e os valores que nos fazem pensar e agir pelo outro, estão cada vez mais esquecidos (BAUMAN, 2004).

Desse modo, podemos refletir o uso das redes sociais por algumas pessoas que podem ser atingidas por esse sentimento de vazio, à medida que tendem a compartilhar quase todos os momentos da vida, com a intenção de exhibir o que se tem e o que se está fazendo em busca desse bem estar pregado pelo capitalismo. Nas redes as pessoas têm a oportunidade de exhibir para um grande número de pessoas, o que elas consomem e de observar o que os outros estão consumindo também. Não se trata de dizer o que está certo ou errado com o uso das redes, pois as redes sociais têm vários aspectos a serem analisados e podem ser usadas para diversas finalidades. Mas é importante refletir se as pessoas estão tendo consciência do modo que usam as redes e que estas podem levar ao vazio, dependendo da forma desse uso. O vazio existencial termo definido pela Logoterapia e Análise Existencial é como um sentimento de incompletude, no qual a pessoa perde o sentido ou o significado de viver. Sentimento este que sucede se uma frustração existencial, que por sua vez ocorre quando a pessoa não tem mais um propósito de vida, não vê satisfação na sua

existência, não sabe para que viver, trabalhar, sofrer, amar, etc. (FRANKL, 1989).

De acordo com o que foi visto, o sentimento de vazio que atinge muitas pessoas na atual sociedade é uma característica típica do jogo de *marketing* do sistema capitalista que tem a intenção de que as pessoas sintam-se angustiadas e consumam sempre mais para “suprir” essa angústia. Desse ponto de vista pode-se dizer que as pessoas estão tendo cada vez mais atitudes inautênticas, uma vez que se baseiam em nome de uma falsa felicidade, uma felicidade imposta pela sociedade. Dessa forma, seguem pelo conformismo de fazer o que os outros fazem ou pelo totalitarismo, em agir pelo que é imposto. Já dizia Frankl (2005), é justamente a busca ansiosa pela felicidade que nos impede de vivê-la, quanto mais nos esforçamos para buscá-la, mais erramos em acertá-la.

Há uma obrigatoriedade de felicidade, ao mesmo tempo em que há pessoas que sentem essa necessidade de demonstrar que estão felizes. Talvez pelo fato de não estarem, buscam cada vez mais na quantidade e não na qualidade, uma maneira de mascarar a infelicidade. A qualidade está em deficiência. Por isso é cada vez maior o número de pessoas que tem amigos virtuais e postam grande quantidade de imagens, textos e vídeos do que se faz ou do que se pensa.

Na busca da felicidade, também pode-se fazer referência às ideias de Lipovetsky (2007), que aborda a felicidade na contemporaneidade, denominada por ele de era do hiperconsumo. Refere-se a uma sociedade que estaria organizada em nome de uma felicidade que ele chama de paradoxal. No sistema capitalista tudo é pensado e organizado visando uma felicidade ou pode-se assim, dizer falsa felicidade. É justamente essa falsa felicidade que pode causar o sentimento de vazio existencial, visto que causa uma vivência inautêntica.

Um dos aspectos que podem ser observados no uso das redes sociais é que pessoas que usam, podem se voltar cada vez mais para si próprias, em relação a não se interessar pelo que está acontecendo de fato com as outras pessoas e o mundo que existe fora de uma “tela”, pois geralmente estão preocupados somente com seu bem-estar e querem acreditar que todos estão felizes também. Na tela, as emoções são demonstradas através de imagens, *emoticons* (uma

sequência de caracteres tipográficos ou, também, uma imagem (usualmente, pequena), que traduz ou quer transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos, uma expressão facial). No mundo real, há pessoas que já não sabem identificar a emoção no rosto de alguém, ou não há mais um sentimento de alteridade. Então de que forma, os valores e ideais estão sendo vivenciados?

É nessa perspectiva que podemos falar de uma vivência inautêntica por parte de algumas pessoas que usam as redes sociais, à medida que estamos esquecendo o outro e buscando cada vez mais está sob os holofotes do mundo das redes sociais. Nesse sentido, há pessoas que não conseguem se desligar do mundo virtual e muitas vezes não consegue observar o que está ao seu redor. Não há contemplação dos momentos que se passam.

Algumas pessoas publicam automaticamente, sem haver um pensamento reflexivo por trás disso. Na tela dos aparelhos digitais, geralmente aparecem pessoas bonitas e felizes. Ninguém quer demonstrar uma imagem feia ou ruim. São transmitidas imagens falsas, vazias e comuns. Todo esse processo de inovação da tecnologia ocorreu de forma muito rápida e nesse mundo de tanta velocidade, com o qual ainda não aprendemos à lidar, não tivemos tempo suficiente para refletir, sobre o que se faz e sobre quem são.

Para sair do estado de vazio existencial, o ser humano precisa autotranscender. A autotranscendência, refere-se a estar orientado a buscar algo fora de si mesmo, no mundo, nas pessoas, onde o ser humano é capaz de realizar sua vontade de sentido. Caso isso não se efetive, o ser humano pode ficar num estado de vazio existencial – a pessoa não consegue ver uma razão satisfatória para a vida. Amar é uma forma de transcender. Encontra-se no outro um sentido para a vida (FRANKL, 2005). Quando a autotranscendência da existência é negada, o ser se reduz a mera coisa, o sujeito é transformado em objeto. Se não houver a autotranscendência, as portas são fechadas aos significados e valores, as razões e os sentimentos serão substituídos por processos de condicionamentos e assim o homem torna-se manipulado (FRANKL, 2005).

É sobre esse condicionamento e essa manipulação que devemos refletir em respeito às redes sociais. Se não consegue encontrar sentido no que se está

vivenciando, isso gera cada vez mais insegurança, as pessoas vão vivendo em conflitos, consigo e com os outros. Para quem não sabe utilizar de uma forma saudável as redes sociais, pode cair num ciclo vicioso, o que pode levar a um estado de vazio existencial.

O estado de tédio está manifestado no vazio existencial, fazendo parte dos quadros de depressão, agressão e vícios. É a partir desse tédio que muitas vezes as pessoas se perguntam qual é o sentido da vida. Frankl (1987) chegou à conclusão que o sentido varia para cada pessoa e pode mudar a cada dia e hora, por isso é único e irrepetível. Portanto, para Frankl (1987), os sentidos encontrados nos momentos da vida são mais importantes que o sentido de forma geral. Cada pessoa tem uma missão a cumprir e para isso, deve realizar algo de concreto. Na vida, deparamo-nos com muitos desafios, os quais temos que resolver. Então é a vida que está a todo tempo nos questionando e a ela temos que dar respostas. Nessas respostas temos que ser responsáveis (FRANKL, 1987).

Dessa forma, se a cada momento os sentidos podem mudar e não se pode mais voltar atrás, é interessante refletir se esses sentidos são possíveis de serem realizados no contexto do uso das redes sociais com pessoas que buscam somente se exibir em busca de atenção. Pois se o sentido deixa de ser realizado, cada vez mais a pessoa vai ficar com a sensação do vazio e vai buscar cada vez mais por esse sentido. Então essa vida de aparência focada no ter e não no ser pode culminar nesse vazio segundo Fabry (1984). Conforme Frankl (1992), o tédio diz respeito a uma perda de interesse pelo mundo, e a indiferença representa uma falta de iniciativa para melhorar ou modificar algo no mundo. Mas pode-se dizer que há pessoas que estão incrivelmente ocupadas com o mundo virtual e não há uma vontade de sentido para melhorar ou modificar algo no mundo. Suas escolhas estão pautadas cada vez mais em valores pouco significativos, em consideração à hierarquia universal dos valores, ou também podemos falar de antivalores. No mundo virtual, as coisas são mais fáceis de serem resolvidas, são coisas descartáveis, passageiras. Exige menos tempo e trabalho. Não dá tempo de saborear, quando não se tem sabor, busca-se mais e, dessa forma, tudo é fácil de ser multiplicado no mundo virtual.

Conforme Ortiz (2013), os valores servem para direcionar nossas atitudes em prol de uma sociedade melhor, de pessoas melhores. Através dos valores podemos

tornar momentos mais significativos e valiosos, se não agirmos assim, estaremos nos referenciando por antivalores. O que nos impede de realizar o sentido, podendo nos levar ao sentimento de vazio. Pois quando não temos a sensação de que estamos cumprindo nossa missão, temos a sensação de inutilidade o que refere-se à esse vazio. Portanto, é válido perguntar em que pessoas que fazem uso equivocado das redes estão contribuindo para uma sociedade melhor, ou para a vida de alguém enquanto está a todo tempo expondo sua vida, em detrimento de uma busca de prazer, de um bem estar próprio?

Nesse caso, podemos falar das neuroses noogênicas que advém do vazio existencial, e também está relacionada a conflitos de valores (XAUSA, 2011). Compreende-se que a partir do tédio existencial surgem as chamadas “neuroses noogênicas”. Talvez na busca de fugir desse vazio, há pessoas que passam cada vez mais tempo conectadas às redes sociais. É como se fosse uma droga que deve ser aumentada à medida que o corpo resiste a ela. É uma espécie de vício, no qual essas pessoas passam a ser dominadas, alienadas. Frankl (2005) refere-se a neurose de massa e atribui ao fato desse vazio existencial que vem crescendo e se difundindo cada vez mais. Em comparação aos homens de outros tempos, o homem moderno não é orientado por tradições e valores tradicionais, o que vem a causar insegurança no que se deve fazer. Agindo dessa forma, não podemos afirmar conforme os preceitos da logoterapia que estamos exercendo a liberdade humana, uma vez que esta requer um distanciamento de si próprio. O autodistanciamento permite monitorar e controlar seus processos emotivos- cognitivos (FRANKL, 2005). Ao contrário disso, há pessoas que estão sendo cada vez mais manipuladas por um pequeno aparelho que as controlam e permite que pessoas monitorem suas atividades do dia-a-dia.

O uso das redes sociais pode tornar o sujeito alienado, desorientado de seus deveres e de sua vontade de sentido. Uma vez que, estando desligadas do mundo real, as pessoas podem se afastarem cada vez mais do significado dos valores, ficando cada vez mais impossibilitadas de se mover pela vontade de sentido. Visto que esta se refere à busca pela realização do Sentido, então é algo que leva o sujeito a tomar atitudes, não basta se questionar pelo sentido deve-se agir em prol do cumprimento desse sentido. A vontade de sentido é realizada através da autotranscendência (FRANKL, 1992, 2005).



Na concepção de Frankl (1989), o homem é um ser que necessita de autossuperação; isto é, um ser fundamentalmente aberto ao mundo que procura, além de si mesmo, valores e papéis conforme um sentido específico para a própria pessoa. Portanto, como o modelo imposto pela sociedade capitalista prega a exibição do que é consumido para que as pessoas sintam prazer em serem vistas e como coloca Bauman (2004) e Lipovetsky (2007), isso acaba causando cada vez mais vazio nas pessoas. Para quem faz o uso das redes sociais de modo que, busca se exhibir apenas para receber elogios ou curtidas nas suas publicações, para assim sentir-se bem, podem ser atingidas por essa mesma sensação, o que pode tornar-se um vício, à medida que o uso é destinado somente para esse fim e o sentido não é concretizado.

O ser humano está sempre transcendendo a si mesmo na direção de sentidos que constituem algo diferente deles mesmos, que são bem mais do que meras expressões deles mesmos, mais do que meras projeções de si. Sentidos são descobertos e não inventados (FRANKL, 2011).

Vimos como a sociedade contemporânea, se caracteriza como uma sociedade com valores equivocados, pautados no modelo individualista de ser. A felicidade é buscada no prazer de ter (FROMM, 1977) e de exhibir o que se tem (LIPOVETSKY, 1989). Não basta ter, tem que expor. Podemos nos questionar até que ponto essa exposição ou até mesmo perguntar até onde o exibicionismo é saudável para quem o faz e para quem o vê? Que realização as pessoas tem ao exporem detalhes de sua vida? Quando nos exibimos estamos pensando só em nós mesmos, no prazer que isto pode causar através da ilusória satisfação de quantas pessoas possam estar vendo, curtindo ou comentando, determinada foto ou texto ou vídeo?

Bauman (2004) trata das consequências provocadas pela busca da liberdade em detrimento da vida social estável. Utiliza as palavras fragilidade e flexibilidade para caracterizar as relações humanas contemporâneas. O homem torna-se sujeito sem vínculos,

sem compromisso com outros, por isso acaba sendo corroído pela insegurança (BAUMAN, 2004). A partir dessa insegurança, as pessoas vão vivendo em conflitos, que podem levar ao vazio existencial. Essa insegurança e esse vazio que também podem estar presentes no uso das redes sociais por algumas pessoas.

Para Bauman (2004), em referência ao amor líquido, quando a qualidade das relações diminui de forma rápida, a tendência é tentar recompensá-la com uma quantidade absurda de parceiros. Em se tratando das relações de modo geral, o fracasso das relações no dia-a-dia podem ser recompensadas pela quantidade de amigos que as pessoas costumam ter em redes sociais. São números que ultrapassam 1000, 2000 amigos ou número de “seguidores” que chegam a milhões, algo que seria irreal para uma convivência cotidiana de qualidade.

Keen (2012) em sua obra, utiliza uma expressão, semelhante à utilizada por Lipovetsky (sofro, logo compro), para representar essa conexão das pessoas na internet: “atualizo, logo existo”. É como se nossa existência tivesse de ser provada a cada instante, através dos detalhes do que fazemos, pensamos e sentimos. Para Keen (2012), somos seres digitais, isolados um dos outros, não somente pela onipresença das comunicações em rede, mas também pelo caráter cada vez mais individualizado e competitivo da vida no século XXI.

Keen (2012) reconhece que a visibilidade pessoal é o novo símbolo de status e poder nessa era digital. Estamos numa permanente exposição, somos apenas imagens de nós mesmos nesse novo mundo transparente. Ele ressalta que as pessoas estão viciadas a conquistar atenção fama. Utiliza-se do termo hipervisibilidade para representar esse homem digitalmente conectado, que está ao mesmo tempo em todo lugar e em lugar algum, e quanto mais visível ele se mostra mais invisível estará. Com essa ideia, ele reformula a frase “atualizo logo existo, para: “atualizo, logo não existo”.

O vazio permanece nos rodeando, as pessoas constantemente se perguntando qual o sentido da vida. Não cabe aqui, criticar o uso das redes sociais, muito menos, as novas maneiras de se relacionar e de ser, pois sabemos que tudo se transforma e apesar disso, temos que continuar procurando sentido no nosso modo de viver. É preciso saber usufruir dessa tal liberdade, tão almejada e, no entanto, contraditória.

Pois ter liberdade é agir com responsabilidade. Portanto, a liberdade conforme Frankl (2005) é limitada, o homem não se isenta de certas condições, mas é livre para se posicionar diante delas. Portanto, para estar conectado nas redes sociais, significa que as pessoas livres para publicar o que quiser, mas também responsáveis para saber lidar com as consequências que lhe trarão para a sua forma de existir.

Portanto, para finalizar, o ideal seria se basear não somente no modo Ter da existência, mas também no modo Ser, o que significa renovar-se, evoluir, dar de si, amar, ultrapassar a prisão do próprio eu isolado, estar interessado, desejar, dar. Contudo nenhuma dessas experiências possam ser expressas em palavras (FROMM, 1977). Portanto trata-se de não enxergar somente a si próprio, mas agir em caráter de autotranscendência, pois quanto mais estarmos voltados somente para nós mesmos, mais estaremos “vestidos” de vazio.

## **2. DISCUSSÃO**

Redes Sociais e o Vazio Existencial no Mundo Pós Moderno pode gerar muitos impactos negativos na vida das pessoas, sendo que esses impactos podem causar desequilíbrios psicológicos e comportamentais em sua vida, modificando a sua visão de si e do mundo que a cerca. Compreendemos que Redes Sociais e o Vazio Existencial no Mundo Pós Moderno ocorre quando o homem se isola na multidão conectada. No conceito de Fromm (1989), o novo homem e a nova sociedade são designados enquanto mistura da esfera psíquica e da estrutura socioeconômica. Para Viktor Frankl (1989), o que pode ser observado é que cada vez mais, pessoas aderem ao uso das redes. Assim como também é crescente o quadro de indivíduos que se queixam de um vazio existencial ou falta de sentido na vida.

Não pretendemos averiguar qual a correlação entre essas duas afirmativas, mas fazer uma reflexão dos efeitos do uso das redes na vida das pessoas, as quais já vivem em uma sociedade que postula o individualismo e o exibicionismo. Aspectos que vão de desencontro ao que postula a teoria de Frank (1989), a qual considera que para a realização de sentido é necessário transcender, ou seja, orientar-se para algo ou alguém, além de si mesmo. Se não autotranscender não encontrará sentidos na vida.

De acordo com Lipovetsky (1989), não são as rivalidades de classe o princípio de onde decorrem as variações incessantes da moda. A questão da moda deve ser deslocada de modo que não seja uma consequência do consumo aparente e das estratégias de distinção de classes, mas a decorrência de uma nova relação de si com os outros, do desejo de afirmar uma personalidade própria que se estruturou nas classes superiores ao final da Idade Média. Um dos conceitos que Bauman (2001), utiliza para explicar a modernidade é liquidez. Vem do fato que os líquidos não têm uma forma, ou seja, são fluídos que se moldam conforme o recipiente nos quais estão contidos, diferentemente dos sólidos que são rígidos e precisam sofrer uma tensão de forças para moldar-se a novas formas.

Já para Marteleto (2001), Em se tratando das redes sociais, pode-se atribuir diversas significações como: sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica; um sistema de apoio ou um sistema físico que se assemelha a uma árvore ou uma rede. Dessa forma, a rede social representa um conjunto de participantes independentes, que unem ideias e recursos acerca de valores e interesses compartilhados.

Para Tomeal; Alcará; Chiara (2006), Reconhecendo-se como certo que a informação e o conhecimento são inerentes às redes sociais, sua importância social e econômica é consequência do efeito que causam nas pessoas e nas organizações. Nesse sentido, constata-se a necessidade de compartilhá-los para que possam trazer mudanças no contexto em que estão inseridos.

Já para Rosado e Tomé (2015) considera que estamos na segunda fase da "cultura do computador" ou das "tecnologias do acesso", onde a conexão é contínua, através de uma rede móvel de pessoas e de tecnologias nômades que operam em espaços físicos não ligados. O espaço urbano, que inclui a escola enquanto espaço geográfico físico, cada vez mais se cruza com o virtual no dia a dia das pessoas, e nesses espaços comunidades se formam e compartilham suas vidas, seus problemas, seus pensamentos. Já para Keen (2012), é a solidão do homem isolado na multidão conectada. A visibilidade pessoal é o novo símbolo de status e poder na nossa era digital. Ele compara “os internautas a “esquizofrênicos”, desligado do mundo”.

Pois eles parecem incapazes de distinguir o que é ou não real.

Com estudo realizado entendemos que o Vazio Existencial no Mundo Pós Moderno e causado devido à superficialidade que domina as relações humanas cada vez mais, o ser humano acaba por sentir-se sozinho, carente. Para se livrar do estado de solidão, pode buscar nas distrações preencher a falta, o vazio.

### **3. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O tema Redes Sociais e o Vazio Existencial no Mundo Pós- Moderno é discutido ultimamente devido grandes avanços da tecnologia, Com a evolução do capitalismo, conseqüentemente provocou grandes revoluções tecnológicas que permitiu chegar a uma explosão de conexões no mundo inteiro. As redes sociais atualmente, tornaram-se um espaço em que é permitido buscar fama e poder, exhibir-se e chamar a atenção para si. É esse uso às vezes equivocados que algumas pessoas fazem das redes sociais, que pode levar ao sentimento do vazio.

É justamente sobre esse aspecto que propõe-se refletir.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

BAUMAN, Zygmunt.. **Modernidade Líquida**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BENAKOUCHE, Tamara. **Redes técnicas/redes sociais: a pré-história da Internet no Brasil**. Revista USP, São Paulo v. 35, p. 124 - 133, set/nov, 1997.

FROMM, Erich. **Ter ou Ser?**. Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

FRANKL, Viktor Emil.. **Em busca de sentido: um psicólogo no campo de concentração**. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.

FRANKL, Viktor Emil. **Psicoterapia e sentido da vida**. 3ª edição. São Paulo: Ed. Quadrante, 1989. FRAKL, Viktor Emil. **A presença ignorada de Deus**. Trad. De Walter O. Schulpp e Helga H., Reinhold. São Leopoldo, Editora Sinodal; Petrópolis, Editora Vozes, 1992.

FRANKL, Viktor Emil. **Um sentido para a vida: psicoterapia e humanismo**. Aparecida/SP: Ideias& Letras, 2005.

FRANKL, Viktor Emil. O que se quer dizer por sentido? **In:\_\_\_\_\_**. **A vontade de sentido: Fundamentos e aplicações da logoterapia**. São Paulo: Paulus, 2011. p. 67-81. FABRY, Joseph. **A busca do Significado**. Mesquita, SP: ECE, 1984.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando?** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

LIMA, Telma C. S.; MIOTO, Regina. C. T. **Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica**. Rev. Katál. Florianópolis v. 10 n. esp. p. 37-45 2007.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: moda e seu destino nas sociedades modernas.** Trad. Maria Lúcia Machado. Companhia das letras, São Paulo, 1989.

LIPOVETSKY, Gilles.. **A felicidade paradoxal.** Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras,2007..

MARTELETO Regina. Maria. **Análise de redes sociais:** aplicação nos estudos de transferência da informação. Ci. Inf., Brasília, v. 30, n. 1, p.71-81, jan./abr. 2001.

MARTELETO. Regina. Maria. **Redes sociais, mediação e apropriação de informações: situando campos, objetos e conceitos na pesquisa em Ciência da Informação.** Pesq. bras. ci. inf., Brasília, v.3, n.1,p.27-46, jan./dez. 2010.

ORTIZ, Efrén M.. **Buscando el sentido de la vida.** Editora: Bogotá, Colômbia: Ed.: Colectivo Aquí y Ahora, 2013.

ROSADO, Luiz. Alexandre; TOMÉ, Vitor. Manuel. **As redes sociais na internet e suas apropriações por jovens brasileiros e portugueses em idade escolar.** Rev. bras. Estud. pedagog. (online), Brasília, v. 96, n. 242, p. 11-25, jan./abr. 2015.

TOMAÉL Maria. Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; CHIARA, Ivone G. **Das redes sociais à inovação.** Rev. Ci. Inf., Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005.

XAUSA, Izar. A. M. **A psicologia do sentido da vida.** Campinas SP: Ed. Vide Editorial, 2011.