

Comunicação e meios digitais: o silêncio como excesso na pós-modernidade

Communication and digital media: silence as an excess in postmodernity

Comunicación y medios digitales: el silencio como exceso en la posmodernidad

Patricio Dugnani¹

Resumo: Nessa pesquisa pretende-se observar como o excesso do uso dos meios digitais tem produzido um tipo peculiar de silêncio. Essa observação procura indicar como o aumento do potencial dos indivíduos ao participar no processo de emissão de informações tem criado no ambiente virtual, uma espécie de silêncio, onde os discursos superficiais de senso comum têm produzido, menos a transmissão de informação, e mais a busca pela ampliação de uma audiência individual. Essa observação parte da hipótese de que os indivíduos, ao utilizar os meios de comunicação digitais, principalmente as redes sociais na internet, buscam muito mais ampliar sua audiência particular, do que transmitir informação, produzindo, assim, um silêncio pelo excesso, e criando uma crise na recepção. Trata-se de uma pesquisa teórica e exploratória, baseada na revisão de conceitos e no levantamento bibliográfico. Essa pesquisa será baseada, principalmente, nos estudos dos meios de Marshall McLuhan, e nas ideias de Eni Orlandi. Essa combinação deverá revelar uma reflexão sobre as formas contraditórias que o silêncio pode tomar e como os meios de comunicação na Pós-modernidade tem sido usado de maneira paradoxal: ao invés de informar, estão criando um hiato na transmissão de informações, que acaba por produzir o silêncio ao invés do esclarecimento.

Palavras-chave: Comunicação. Silêncio. Meios Digitais.

Abstract: In this research we intend to observe how the excessive use of digital media has produced a peculiar type of silence. This observation seeks to indicate how the increase in the potential of individuals to participate in the process of issuing information has created in the virtual environment, a kind of silence, where the superficial discourses of common sense have produced, less the transmission of information, and more the search. by expanding an individual audience. This observation starts from the hypothesis that individuals, when using digital media, especially social networks on the internet, seek much more to expand their private audience than to transmit information, thus producing a silence due to excess, and creating a

¹ Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM), São Paulo, São Paulo, Brasil. E-mail: patricio.dugnani@gmail.com

reception crisis. This is a theoretical and exploratory research, based on a review of concepts and a bibliographic survey. This research will be based mainly on Marshall McLuhan's media studies and Eni Orlandi's ideas. This combination should reveal a reflection on the contradictory forms that silence can take and how the media in Postmodernity have been used in a paradoxical way: instead of informing, they are creating a hiatus in the transmission of information, which ends up producing silence instead of clarification.

Keywords: Communication. Silence. Digital Media.

Resumen: En esta investigación pretendemos observar cómo el uso excesivo de los medios digitales ha producido un tipo peculiar de silencio. Esta observación busca señalar cómo el aumento en el potencial de los individuos para participar en el proceso de emisión de información ha creado en el entorno virtual, una especie de silencio, donde los discursos superficiales del sentido común han producido, menos transmisión de información, y más la búsqueda al expandir una audiencia individual. Esta observación parte de la hipótesis de que los individuos, al utilizar los medios digitales, especialmente las redes sociales en internet, buscan mucho más ampliar su audiencia privada que transmitir información, produciéndose así un silencio por exceso, y creando una crisis de recepción. Se trata de una investigación teórica y exploratoria, basada en una revisión de conceptos y un levantamiento bibliográfico. Esta investigación se basará principalmente en los estudios de medios de Marshall McLuhan y las ideas de Eni Orlandi. Esta combinación debería revelar una reflexión sobre las formas contradictorias que puede tomar el silencio y cómo los medios en la Posmodernidad han sido utilizados de manera paradójica: en lugar de informar, están creando un hiato en la transmisión de la información, lo que termina produciendo silencio en lugar de aclaración.

Palabras clave: Comunicación. Silencio. Medios digitales.

1 INTRODUÇÃO

O que é o silêncio? Para Guimarães Rosa, em seu livro *Grande Sertão Veredas* (2015), o silêncio é “a gente mesmo, demais”. Para as ciências naturais, a ausência de som. Para uns é uma confissão, para outros sabedoria. O silêncio, de qualquer forma, incomoda. Por isso nesse artigo pretende-se discutir sobre o silêncio. Não no sentido filosófico, mas em relação aos fenômenos da comunicação, principalmente, no uso dos meios de comunicação digitais.

Dessa forma, parte-se da hipótese de que ao utilizar os meios de comunicação digitais através da internet, o sujeito da pós-moderno busca, através de suas ações comunicacionais, ampliar sua audiência particular, mais do que transmitir informação. Essa ação acaba produzindo um silêncio pelo excesso de informações. Nesse caso, entende-se o sujeito pós-moderno, concordando com Stuart Hall, como sendo definido historicamente, o qual não apresenta uma identidade “fixa, essencial ou permanente (HALL, 2004, p.12), ou seja, se

caracteriza por um sujeito, assim como sua época (Pós-modernidade), que parece estar sempre em transformação em relação aos sistemas culturais instáveis. Uma verdadeira “celebração móvel” (HALL, 2004, p. 13).

Sendo assim pretende-se observar o fenômeno do silêncio, a partir das visões de diversos autores, para poder refletir sobre o silêncio por excesso de informações através dos meios digitais, principalmente, pela internet. Parte-se, nesse estudo, da visão de Susan Sontag, descrita no livro *A Vontade Radical* (2015), no ensaio *A Estética do Silêncio*, onde a autora afirma que cada época deve inventar seu projeto de espiritualidade, e que a arte é o novo projeto contemporâneo, por isso, o projeto estético da arte, na leitura de Sontag, deve se guiar pela busca em se transformar em seu negativo: uma antiarte. Realizando esse projeto, consequentemente irá em direção do próprio silêncio. Um silêncio que nasce da negação do que se compreendia sobre arte. O silêncio como negação.

Refletindo após o posicionamento de Sontag (2015), será utilizada a análise de Umberto Eco, do livro *Pós-Escrito a O Nome da Rosa* (1985), onde o autor descreve um esgotamento do projeto das vanguardas modernas e a produção de um silêncio pela auto-referência, sobre um projeto de linguagem baseada na impossibilidade. Nesse processo a estética moderna teria produzido “uma metalinguagem que fala de seus textos impossíveis (a arte conceptual)” (Eco, 1985, p. 56). Ou seja, um silêncio como impossibilidade.

Ainda sobre o silêncio, as ideias de Eni Orlandi, no livro *As Formas do Silêncio* (2007), deverão trazer uma reflexão sobre as formas contraditórias que o silêncio pode tomar. Essa visão do silêncio como antítese é corroborada por Humberto C. Santos, no artigo *O Silêncio como forma de Comunicação* (2017), e Marco Antônio Villarta-Neder, na tese *Os Movimentos do Silêncio* (2002). Sendo assim, para Orlandi (2007), o silêncio se dá tanto pela ausência de sons, como pelo excesso de informações. Dessa forma, para o desenvolvimento da argumentação desse artigo, Orlandi (2007), Santos (2017) e Villarta-Neder (2002) trazem mais duas modalidades sobre o silêncio: o silêncio como ausência, e o silêncio como excesso.

Dentre tantos silêncios, para essa análise, o silêncio como excesso é o que mais ganhará destaque, tendo em vista o recorte da pesquisa, que busca compreender a relação do excesso de informação, causado pelo uso da internet, refletida na insaciável busca dos emissores dos meios de comunicação social, pela busca de audiência, que se reflete, de maneira quantitativa, através das estatísticas impressas pelos números de seguidores, *likes*, curtidas, compartilhamentos etc.

Além desses autores, será utilizada a teoria dos meios pelo viés de Marshall McLuhan – no livro *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem* (2016) - e Henry Jenkins – no livro *Cultura da Convergência* (2015) - para compreender os efeitos do uso dos meios de comunicação na sociedade, focando nos efeitos mais evidentes na contemporaneidade.

Nesse texto, torna-se necessário utilizar metodologias e saberes de diversas áreas do conhecimento, pois a comunicação, para ser compreendida de maneira integral, precisa reunir diferentes epistemologias, pois trata-se de um fenômeno complexo, que abarca desde questões da sociedade, da identidade dos sujeitos, da cultura, tanto quanto do uso da linguagem, como de questões técnicas do funcionamento dos meios de comunicação, da tecnologia, do consumo, do mercado, entre tantas outras linhas do conhecimento. Trabalhar entre as fronteiras de diferentes epistemologias, buscando pontes para ligar os diferentes saberes, torna-se justificável, para que seja possível, pelo viés dos estudos da comunicação, levantar os discursos, as epistemes (FOUCAULT, 1990) que compõem o pensamento de uma época.

Sendo assim, dando continuidade à pesquisa sobre a relação entre meios de comunicação, consumo e sociedade, esse debate pretende ampliar a compreensão da influência do uso dos meios de comunicação digitais na constituição da própria sociedade, e os efeitos desses processos na organização social humana. Busca-se através das análises realizadas, entender as transformações ocorridas na sociedade, e os reflexos no sistema cultural de atribuição de significados que essas mudanças provocam, traçando, assim, um panorama que tem a intenção de compreender como essas novas relações afetam a constituição dos saberes que influenciam o sujeito na sociedade.

2 DO SILÊNCIO COMO EXCESSO

Sobre a questão do silêncio, como apresentado na introdução, existem diversos tipos de silêncio. A negação de se fazer facilmente compreendido, como o exposto por Sontag (2015), onde o artista prefere a negação do conceito de arte, para, dessa forma, revelar uma nova maneira de expressar suas ideias. O silêncio que representa a impossibilidade de se comunicar, devido ao fato da linguagem se debruçar tanto sobre ela mesma, que somente sobra uma metalinguagem incompreensível, como descrito por Eco (1985), ou mesmo o silêncio como ausência absoluta de ruídos, como visto no campo da física.

Embora ajam diversos silêncios, diversas maneiras de se perceber e entender esse fenômeno, um em particular interessa essa pesquisa: O silêncio como excesso, descrito por Orlandi (2007).

Esse silêncio se apresenta na Pós-modernidade como um problema que precisa ser avaliado com atenção, pois, com o uso dos meios de comunicação digitais, além da potência que o indivíduo ganha no papel de emissor, e o aumento da quantidade de informações, acabam por produzir muitas interferências, as quais criam um excesso de ruídos, que se constituem no emaranhado do excesso de informações, o que inevitavelmente leva à comunicação a constituir hiatos nas relações entre emissores e receptores. Hiatos, esses, que acabam por criar os silêncios.

Entendendo-se ruído como qualquer fenômeno, físico ou semântico, que pode atrapalhar o processo de comunicação (MATTELART; MATTELART, 1999), o excesso de informações criado pelos meios de comunicação digitais acaba por imprimir novos silêncios nas relações sociais, principalmente pela ansiedade que o usuário dos meios de comunicação digital tem em emitir, e a falta de paciência em receber informações. Ou seja, conforme será observado à frente, parte-se da ideia que a valorização que os meios digitais imprimem no ato de emitir, fazem surgir silêncios, pelo excesso de informações, e pela desvalorização da posição de receptor nos sistemas de comunicação.

O silêncio como excesso foi descrito por Orlandi, em seu livro *As Formas do Silêncio* (2007), e corroborada por Santos (2017) e Villarta-Neder (2002), respectivamente, em seu artigo e tese. A pesquisadora entende o silêncio como duas categorias: a ausência, e o excesso. O silêncio como ausência é o que mais esta se acostumado a representar, ou seja, o silêncio da não ação de comunicar, do “não dizer”, da ausência de ação de emitir dentro de um processo de comunicação. Enfim, se aproxima do silêncio da física: ausência de som. Contudo, existe o silêncio como excesso, descrito por Orlandi (2007) como sobreposição. Ou seja, um silêncio instaurado pela sobreposição de “palavras” (2007, p. 6). Ocorre, de acordo com a autora, “um apagamento das vozes do discurso”, “uma instauração de heterogeneidade” (2007, p. 6).

No entanto, para esse artigo, entende-se esse silêncio como excesso de maneira expandida, não somente como uma sobreposição de “palavras” (ORLANDI, 2007, p. 6), mas uma sobreposição de emissões, de informações. Entende-se, que na comunicação, essas sobreposições citadas produzem silêncios.

3 DO SILÊNCIO COMO EXCESSO E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O uso dos meios de comunicação digitais através da internet tem produzido um silêncio como excesso pois potencializa o emissor, que, deslumbrado por esse poder passa a valorizar mais a emissão que a recepção, principalmente pela busca de se tornar um conteúdo de valor, uma mercadoria apreciável, que é dimensionada pela audiência que suas informações apresentam. Para entender esse processo, é preciso observar, baseado nas reflexões de McLuhan (2016) e de Jenkins (2015), como o uso dos meios de comunicação influenciam o comportamento humano. Dessa maneira, tomando um recorte mais preciso, torna-se necessário compreender como a passagem do uso dos meios de comunicação de massa, para o uso dos meios digitais estão provocando um silêncio como excesso na internet.

Para McLuhan (2016) os meios de comunicação são mais que meros transmissores de informação, são extensões do próprio ser humano. Ou seja, os meios de comunicação estendem a percepção humana, fazendo com que ela possa ampliar seu alcance e, com isso, aumentando, também, o acesso a informações, tanto quantitativamente, como em sua diversidade. Os meios de comunicação possibilitam o cruzamento de culturas, e mesmo sua homogeneização, permitem que diferentes culturas se misturem, influenciando os comportamentos de seus componentes, levando, até mesmo, à uma mistura de culturas. Dessa forma, a extensão humana pelos meios de comunicação possibilita ampliação do acesso à informação.

Uma das ideias fundamentais de McLuhan já se identifica no título de um dos seus principais livros: *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem* (1996). O conceito de extensão é central na teoria dos meios, pois rompe com uma visão tradicional de que os meios de comunicação eram meros transmissores de informação, ou simples canais, que faziam a ponte entre emissores e receptores. Os meios de comunicação não são apenas meios responsáveis pela transmissão das informações, mas, para McLuhan (1996), são extensões do humano. Mas o que significa isso? Significa que os meios de comunicação como extensões do humano fazem com que os sentidos humanos sejam ampliados e, com eles, a percepção humana do mundo. Com a televisão, por exemplo, sou capaz de ver além do limite dos meus olhos, com o rádio posso escutar além do alcance dos meus ouvidos. Ou seja, com os meios de comunicação os meus sentidos se estendem pelo mundo, e sou capaz de receber muito mais informações, e muito mais influências de outras culturas, que, de certo modo, caracteriza o fenômeno da globalização que os meios de comunicação são capazes de promover. (DUGNANI, 2018, p. 5)

Levando-se em consideração o conceito de informação, baseado nos estudos de Teixeira Coelho (2012), entende-se, nesse texto, que informação pode ser definida como sendo um conteúdo que promove alterações de comportamento e consciência. Sendo assim, com o aumento da quantidade, e da velocidade de transmissão de informações pelos meios de comunicação, pode-se concluir que, em uma sociedade que tem mais acesso a uma quantidade maior de informações, e de modo mais rápido, a quantidade e velocidade das mudanças na sociedade deve se multiplicar de maneira equivalente ao das informações. Dessa forma, concordando com Bauman (1998), pode-se compreender a Pós-modernidade como uma era da incerteza, ou como o teórico gosta de definir, uma era líquida. No entanto, para esse texto, a incerteza da Pós-modernidade tem como suporte os meios de comunicação, que, ao acelerarem exponencialmente as mudanças sociais, através da multiplicação das informações, acabam causando a sensação de incerteza no humano (DUGNANI, 2021), pois todos os conceitos, costumes, hábitos e certezas de uma sociedade passam a parecer etéreos e voláteis.

Nesse sentido, esse fenômeno da sensação de incerteza na Pós-modernidade, promovido pelo aumento da quantidade e da velocidade na transmissão das informações, corrobora a visão de McLuhan (2016) que o uso dos meios de comunicação promove mudanças na sociedade.

4 DO SILÊNCIO COMO EXCESSO NA INTERNET

A partir do conceito de silêncio como excesso de Orlandi (2007), expandido para os sistemas de comunicação, pode-se argumentar, a partir das ideias de McLuhan (2016), que o uso dos meios de comunicação produz mudanças de comportamento nos seres humanos em uma sociedade, e que para esse artigo, o uso dos meios digitais produz um silêncio como excesso. Esse silêncio como excesso se dá pela exacerbada sobreposição de informações, enfim, pelas sobreposições de emissões que ocorrem nos meios digitais, principalmente pela internet.

Segundo o site Domo e sua versão 2020 do infográfico Dados Nunca Dormem 9,0 (DATES NEVER SLEEP 9,0), observa-se através da comparação de anos anteriores, que o uso da internet atinge números exorbitantes e continua a crescer em ritmo acelerado. Por causa desse ritmo acredita-se que não há tempo suficiente para acessar toda a informação oferecida pela internet.

Segundo esse levantamento, e, certamente, em ritmo ainda crescente, a cada minuto são realizadas as seguintes ações:

- 5,7 milhões de buscas no Google
- 12 milhões de e-mails são enviados
- 856 minutos de webinars são hospedadas
- 167 milhões de vídeos são vistos pelo Tik Tok
- 694 horas de vídeo são vistos no Youtube

Para se ter uma ideia do volume de informação que permeia as relações humanas através da comunicação por meios digitais e pela internet, em apenas um minuto, cerca de 12 milhões de mensagens de e-mails são emitidas, isso representaria dizer que a cada minuto, aproximadamente, toda população da cidade de São Paulo enviaria um e-mail. Ou seja, torna-se praticamente impossível para o ser humano (não para os sistemas) acessar todas as informações emitidas pela internet, e isso tem relação com a quantidade de informações transmitidas pelos meios digitais.

Dessa forma, pode-se intuir que existe um excesso de informações sendo transmitidas através de meios digitais e pela internet. Ou seja, milhares de emissores, diariamente, a cada minuto, despejam, também, milhares de informações na internet, e que gerenciar toda essa quantidade, ou mesmo, usufruir dela torna-se impossível na contemporaneidade. Sendo assim é possível pensar que existe um excesso de emissões realizadas pelos meios digitais através da internet. Esse excesso de emissões causaria uma sobreposição, levando-se em consideração o conceito de Orlandi (2007), produzindo, assim um silêncio como excesso.

Esse silêncio como excesso criaria um efeito equivalente à invisibilidade descrita por Norval Baitello (2014), onde as imagens sofreriam na Pós-modernidade, uma crise de visibilidade. Baitello afirma, em seu livro *A Era da Iconofagia* (2014), que a questão da “exacerbação da imagem” (2014) estaria produzindo um efeito de invisibilidade e elas estariam perdendo seu valor expressivo. Esse fenômeno ocorre devido a quantidade de imagens apresentadas pelos meios de comunicação, pois com essa saturação os observadores tornam-se mais indiferentes, o que faz com que seja necessário cada vez mais imagens para atingi-lo. Esse círculo vicioso acaba causando uma desvalorização da imagem, e, conseqüente, uma invisibilidade crescente. Pode-se expandir esse processo de invisibilidade, para além da imagem, estendendo esse fenômeno para a comunicação e todo mecanismo de troca de

informação. Essa crise da visibilidade da imagem se traduz na crise da recepção em geral, a qual afeta a Pós-modernidade. Ou seja, a invisibilidade descrita por Baitello (2014), produz um efeito equivalente na comunicação, o qual está sendo denominado por esse artigo de silêncio como excesso.

O silêncio como excesso, para esse artigo, seria causado pelo aumento de potencial de emissão de informações que os usuários ganham ao utilizar os meios digitais através da internet, ou seja, pelo uso dos meios de comunicação. Mas qual é a relação entre o uso dos meios de comunicação digitais através da internet e o silêncio como excesso? Essa relação é que se pretende investigar a seguir.

5 DO SILÊNCIO E O DESLUMBRAMENTO DA EMISSÃO

Outrora os meios de comunicação de massa, em relação aos meios digitais, imprimiam uma dinâmica diferente em seus usuários (GUSHIKEN, 2010; DUGNANI, 2020), pois seu uso trazia uma limitação do acesso à emissão. Esse processo ocorria por causa do funcionamento específico desses meios.

Com o surgimento dos meios de comunicação de massa a quantidade de receptores aumenta de maneira exponencial, além da quantidade de mensagens transmitidas, esse fenômeno ocorre devido ao maior alcance dos meios, e o potencial de “reprodutibilidade técnica” (BENJAMIN, 2000) que eles apresentam.

Os receptores deixam de receber mensagens individuais, dessa forma deixam de serem vistos como indivíduos, e tornam-se, para as emissoras, a massa. Ou seja, os receptores dos meios de comunicação de massa passam a receber mensagens mais gerais, que visam atingir a maior quantidade de indivíduos. Essas mensagens buscam responder a necessidade e interesses de uma média calculada estatisticamente por pesquisas, criando assim um conteúdo médio, onde as mensagens que ganham mais espaço, são aquelas que também tem maior potencial de apresentar maior audiência. Esse conteúdo médio massificado acaba por desenvolver um gosto médio na massa, produzindo, por fim, uma cultura média, como prevê a Escola de Frankfurt, pela visão de Theodor Adorno e Max Horkheimer (ADORNO; HORKHEIMER, 2000).

Observando esse processo os meios de comunicação de massa apresentam um aumento maciço de receptores, que recebem a mesma mensagem; além de uma ampliação muito grande da quantidade de mensagens, embora se apresentem de forma pouco diversificada, ou seja,

massificada. No entanto, embora haja o aumento de receptores e de mensagens, o espaço para maioria da população, nas decisões do que, como e quais mensagens devem ser transmitidas é bastante limitada. Dessa forma, pode-se afirmar que nos meios de comunicação de massa a recepção é mais democrática que a emissão. Ou seja, com um baixo investimento, como a compra de um aparelho receptor (por exemplo TV, rádio), qualquer indivíduo tem disponível as mesmas mensagens que a maioria, que a massa. Contudo a emissão é bastante restritiva quanto a participação da maioria da população, afinal é preciso um investimento muito alto para ter poder de emissão nas transmissões dos meios de comunicação de massa, sendo assim, apenas poucos grupos com poder político e ou econômicos podem participar das decisões das informações que devem chegar à maioria da população, ou seja, à massa.

Tomando-se essa reflexão como princípio, concorda-se com Jenkins, em seu livro *Cultura da Convergência* (2015), quando ele afirma que o receptor dos meios de comunicação de massa é mais passivo. A massa, e os indivíduos que compõem essa classificação quantitativa, como não tem poder político e ou econômico, desenvolvem uma postura passiva diante os meios de comunicação de massa, pois tem muito pouco espaço, como indivíduos de participar das decisões sobre a transmissão de conteúdos. Seu poder se limita ao controle remoto, onde ele pode mudar de canal, ou desligar seu aparelho. A única resposta que pode interferir com as decisões das emissoras, quanto ao conteúdo a ser transmitido, pode ser dada pela massa, e é quantitativa, ou seja, as emissoras dos meios de comunicação de massa apenas entendem como resposta dos receptores a audiência. Nesse sentido apenas haverá alteração de programação se a audiência aumentar ou diminuir, e se houver alguma pressão política de algum grupo. Sendo assim a resposta para os meios de comunicação deve ser dado pela massa. No entanto, a resposta coletiva da massa torna-se cada vez mais difícil, pois, como seu gosto tem sido moldado, durante os últimos anos, à um gosto médio, sua sensibilidade tem se tornado mais massificada e tem sido produzida, fabricada pelo fenômeno da Indústria Cultural, ou seja, por uma industrialização da cultura e da informação (ADORNO; HORKHEIMER, 2000). Por esse processo descrito é que a massa, e, conseqüentemente, os indivíduos que a formam, desenvolveram uma passividade na relação com os meios de comunicação, e contiveram seus desejos em participar das decisões da emissão.

Esses desejos contidos de participação nas decisões quanto à emissão, transbordaram na contemporaneidade com o advento dos meios digitais, da internet, e das redes sociais. Parece

que a massa contida está se deslumbrando com a possibilidade de participar ativamente do processo de emissão, sonhando em se tornar um super emissor, ou seja em se tornar a voz que clama no deserto, o senhor de toda razão e verdade. Essa posição se reflete nas altas audiências que tem conquistado os influenciadores na internet.

Com os meios de comunicação digitais, concordando novamente com Jenkins (2015), a divisão mais estratificada do papel da emissão e da recepção, característica dos meios de comunicação de massa, se dilui. Ou seja, o indivíduo, que outrora se conformava em ser passivamente a massa, se revolta, e agora deseja participar ativamente das decisões como emissor, interagindo e compartilhando as informações retomando, assim, uma posição de protagonista.

No entanto essa revolta, causa deslumbramento nos novos emissores, além de, segundo Dugnani (2022) levam a uma utilização inocente e sem crítica dos meios digitais. Esse uso abusivo e descuidado dos meios tem relação direta com o deslumbramento, a qual é baseada na possibilidade do aumento da participação do indivíduo no ato da emissão e sustentada pelo potencial que os meios de comunicação digitais imprimem nos novos sistemas de comunicação.

Esse processo, em um primeiro olhar, pode se apresentar como uma democratização da emissão, pois com um custo muito menor, os usuários dos meios digitais, ganham um potencial global de emissão através da internet. Ou seja, apenas com um smartphone, e uma assinatura de banda larga, o indivíduo se torna capaz de disponibilizar informações, transmitir mensagens com um alcance mundial, em poucos segundos. Sendo assim os outrora receptores passivos dos meios de comunicação de massa, se tornam emissores e receptores ativos dos meios digitais, querendo participar, querendo expor e se expor para os outros receptores, buscando ganhar um espaço de atenção, criando mensagens que sejam consideradas relevantes e colaborativas (JENKINS, 2015; NUNES, 2014).

Essa busca pela exposição, que suplanta a vontade de informar, é o que tem transformado esse fenômeno, aparentemente mais democrático de participação da massa nos processos mundiais de comunicação, tanto da emissão como da recepção, em uma disputa pela atenção global, uma ansiosa busca por audiência, que se refletem através dos *likes*, ou do número dos seguidores. Ou seja, o sonho dos usuários dos meios de comunicação digitais parece estar ancorado no sonho em se tornar um influenciador, ou seja, para esse artigo, em se tornar o super emissor.

Esse sonho do super emissor se dá pela vontade em tornar-se o guardião de todas as verdades, em se tornar um objeto admirável e admirado. Contudo, para além de tornar-se admirável, esse sujeito quer receber uma aprovação maciça. Nesse sentido, os *likes*, os seguidores se tornam um valor a se buscar pelos usuários dos meios digitais. Por isso, parece que, no fundo, a busca dos meios de comunicação de massa pela audiência, se transferiu das grandes emissoras, para os indivíduos. Dessa forma os indivíduos dos meios de comunicação digitais vão se tornando mídia e conteúdo, ansiosos por aumentar sua audiência pessoal, acabam se transformando em uma mercadoria. Uma mercadoria a ser consumida e admirada, como Bauman descreve em seu livro *Vida para o Consumo* (2008).

Transformando-se em mídia e mercadoria, o usuário dos meios de comunicação prefere, em detrimento à necessidade de transmitir informação, criar estratégias apenas para aumentar sua audiência, tornando-se, também, uma mercadoria. Nesse sentido a emissão se torna mais importante que a recepção para o usuário, que ansiosamente pretende ocupar esse espaço, com qualquer informação, com qualquer mensagem que aumente sua audiência. Sendo assim, esse processo cria, segundo a visão desse artigo, uma crise da recepção, pois os usuários dos meios de comunicação estão mais preocupados em se tornar uma mercadoria admirável, um influenciador com milhões de seguidores, do que, propriamente, informar. Desse modo, em nome da superexposição pela busca de seguidores esses usuários têm valorizado mais a emissão que a recepção, e menos a troca de informação, objetivo central da comunicação.

Para alcançar a superexposição, necessária para ser o super emissor é preciso aumentar de forma exponencial seus *likes*, seus seguidores, sua audiência. Para ampliar sua audiência, torna-se necessário manter uma emissão constante, e que cause interesse à uma grande quantidade de indivíduos, os quais apresentam um gosto médio, ou seja, essa questão resgata uma massa ressurgida, a mesma dos meios de comunicação de massa. Esse fenômeno do ressurgimento da massa parece apenas tornar o uso dos meios de comunicação digitais, mais parecidos com o dos meios de comunicação de massa: ou seja, preocupados exclusivamente com a aparência do produto, da aceitação da informação, do potencial do emissor, além, é claro, do aumento da audiência que esse emissor é capaz de gerar.

Na contemporaneidade os indivíduos, se tornam cada vez emissores mais potentes, através do uso dos meios de comunicação digital e pela internet, buscando se tornar um super emissor, tornar-se uma mercadoria, que possa aumentar sua audiência, tornar-se um produto

admirável. Para isso criam mensagens cada vez em maior quantidade, apenas em nome da audiência.

As informações dessas mensagens tornam-se cada vez mais contundentes, pois tem o objetivo de apenas chamar a atenção, esvaziando seu conteúdo e valorizando a espetacularização do senso comum, apresentadas como opiniões do emissor, conforme previa Gui Debord (2003). Grahan Murdoch, em seu artigo *Refeudalização Revisitada: a destruição da democracia deliberativa* (2018), observa no uso dos meios de comunicação, principalmente por parte da argumentação de políticos, uma supervalorização de “qualquer comportamento expressivo” (2018) do indivíduo na conexão com sua audiência. Essa “estratégia performativa” (2018) acaba por valorizar o senso comum, em detrimento do conhecimento especializado.

Ao violar o “tabu que a sociedade de classe média colocou sobre qualquer comportamento expressivo por parte do cidadão normal”, eles se conectam com as suas audiências a partir de uma linguagem vernácula comum de condenação e de emoções compartilhadas de raiva e indignação. Em lugar de uma “consciência intelectual da situação” enfrentada por seu público, essa estratégia performativa produz e “aumenta a própria emoção”, produzindo soluções que “podem parecer incongruentes e moralmente chocantes, mas que são sempre fáceis, simples e terminantes” (Löwenthal; Guterman, 1949: 9), frequentemente com base na “negação do conhecimento especializado e em defesa do ‘senso comum’” (Moffitt; Tormey, 2014: 391). A conexão do locutor com o público é reforçada ainda pelo compartilhamento de anedotas pessoais, por vezes ilustrativas, confessionais e autossatisfatórias. (MURDOCH, 2018, p. 22)

Nesse sentido percebe-se nos discursos, principalmente nas redes sociais, o crescimento do senso comum, muitas vezes questionando as investigações científicas mais básicas e comprovadas, como, por exemplo, o formato arredondado da terra.

A regressão resultante, de cidadãos a subordinados, é reforçada pelo modelo de negócios das empresas de internet, que concede aos usuários um direito condicional de ocupar e trabalhar em um espaço digital em troca da apropriação de todos os dados gerados por suas atividades. Essa informação é, então, utilizada para construir perfis personalizados que filtram e direcionam material, incluindo notícias e comentários, que os usuários veem na tela. (MURDOCH, 2018, p. 16)

Com esse processo, e a crescente participação do senso comum na internet, através de seus autoproclamados super emissores, especialistas em tudo, ocorrerá sobreposições de

informação, conforme visto anteriormente, que acabarão criando o que Orlandi (2007) chama de silêncio como excesso. Esse silêncio por excesso será agravado, também, pela excessiva valorização do papel da emissão, em contraposto a desvalorização do papel de recepção. Vive-se em um mundo de emissores, e poucos serão os receptores.

Por causa desse panorama que se vislumbra do uso dos meios de comunicação digitais, através da internet, caminha-se para a constituição de uma ultra entropia na comunicação. Entendendo-se entropia, segundo Teixeira Coelho (2012), Armand e Michele Mattelart (1999), como uma medida do grau de desorganização de uma informação, com esse processo de hiper exposição e de valorização da emissão nos meios digitais, pela internet, em detrimento da recepção, caminha-se para um momento caótico da comunicação humana, progredindo rapidamente para criação de um silêncio por excesso, um silêncio pela intolerância, um silêncio pela recusa em receber informações, um silêncio pela falta de diálogo com o outro. Essa reflexão confirma uma visão de Byung-Chul Han, em seu livro *Sociedade do Cansaço* (2015) e a falência da alteridade. Quando a troca de informações está comprometida, toda a sociedade entra em risco, pois com a falência da alteridade, com o afastamento do outro, a organização social também entra em falência.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Será que caminhamos, então, para uma ultra entropia da comunicação? Uma supervalorização da emissão? Uma falência da alteridade?

Essas questões que põem em risco à organização da própria sociedade, e a democracia. Murdoch (2018), utilizando-se de um exemplo de risco à democracia, observa como uma regressão, até mesmo nas relações trabalhistas, onde o sujeito ao utilizar os meios digitais e a internet, acaba retomando o regime servil, produzindo riqueza para as grandes empresas ligadas à internet e às redes sociais, em troca de espaço virtual e visibilidade, e contribuindo com suas informações, como se fosse um imposto, para constituição de perfis que facilitam o direcionamento e o controle da informação. Ou seja, com o debate desse artigo procurou-se verificar a produção de um silêncio como excesso (ORLANDI, 2007), pelo deslumbramento dos emissores, e pelo potencial que os meios digitais, as redes sociais, e a própria internet acabam por atribuir aos indivíduos, que desvalorizando a recepção, acabam por produzir esse tipo silêncio. Silêncio esse que não se pode confundir com a ausência de som, mas com o

excesso. Um excesso que se traduz em uma inundação da internet com opiniões sem base científica, ou seja, senso comum; uma cascata de *fakenews*; um maremoto de boatos, os quais promovem uma falta de troca de informações, pois cada usuário desses meios está interessado em ser uma boa mercadoria, um produto admirável para, justamente, ampliar sua audiência em troca de espaço, de visibilidade, ou de, em alguns casos, retribuição monetária. Esse excesso de informação tem contribuído, não para o esclarecimento do sujeito da contemporaneidade, mas com a falência das alteridades, pois quando apenas se valoriza a emissão, não a troca de informação, apenas um monólogo individualista, egocêntrico e ineficiente para que haja a manutenção das relações sociais.

Tomando todas essas reflexões a respeito do silêncio como excesso, da supervalorização da emissão, do super emissor, da desvalorização da recepção pelo deslumbramento do potencial de emissão que os indivíduos ganham com o uso dos meios digitais e da internet poderia se pensar em alguma solução?

Para esse debate não existe resposta, apenas possibilidades, sendo assim acredita-se, indo em concordância com a liquidez dos discursos contemporâneos, que a sociedade poderia utilizar como estratégia um silêncio, como o descrito por Sontag (2015), um silêncio como negação, um silêncio como discurso de contraposição ao senso comum, um silêncio criativo como da arte contemporânea (SONTAG, 2015), e não se conformar, se adequar, se deleitar por deslumbramento pelo poder crescente que o sujeito ganha de emitir. O sujeito pós-moderno necessita rever suas prioridades e suas necessidades ao emitir informações pelos meios digitais, para não superlotar a internet com qualquer tipo de opinião, de senso comum, ou de “estratégia performática” (MURDOCH, 2018), para não criar um silêncio como sobreposição, como descrito por Orlandi (2007). Para não criar uma ultra entropia que poria em perigo a relação com o outro, pela falta de troca de informações, levando à falência as relações por alteridade, a democracia e a própria sociedade.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T. e HORKHEIMER, M. Indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In: LIMA, L. C. **Teorias da cultura de massa**. São Paulo: Paz & Terra, 2000.

BAITELLO, N. **A era da iconofagia**. São Paulo: Hacker, 2014.

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

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

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, L. C. **Teorias da cultura de massa**. São Paulo: Paz & Terra, 2000.

COELHO, J. T. **Semiótica, informação e comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DOMO. **Data never sleeps 9.0**. 2020. Disponível em: <https://web-assets.domo.com/blog/wp-content/uploads/2021/09/data-never-sleeps-9.0-1200px-1.png>. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

DUGNANI, P. Meios de comunicação, alienação e extensão: A inocência no uso dos novos meios de comunicação. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 16, n. 1, p. 268-282, 2022.

DUGNANI, P. Pós-modernidade, meios de comunicação e a incerteza na sociedade do cansaço. **Revista GEMInIS**, v. 12, n. 2, pp. 394-409, 2021.

Disponível em: <https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/524>. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

DUGNANI, P. Pós-modernidade e comunicação: dos meios de massa aos meios digitais. **Comunicação & inovação (ONLINE)**, v. 21, p. 129 - 146, 2020. Disponível em: http://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/6201. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

DUGNANI, P. Globalização e desglobalização: outro dilema da Pós-Modernidade. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 2, p. 1-14, 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2018.2.27918>. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

ECO, U. **Pós-escrito a o nome da rosa**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1985.

FOUCAULT, M. **As palavras e as coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

GUSHIKEN, Y. Passagens da comunicação e mutações na subjetividade contemporânea. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 12, n. 2, p. 89–105, 2010. DOI: 10.5216/c&i.v12i2.12273. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/12273>. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

ROSA, J. G. **Grande sertão veredas**. Nova Fronteira: Rio de Janeiro, 2015.

HAN, B. **Sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

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

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

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A Estetização do mundo**: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MATTELART, A. e MATTELART, M. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2016.

MURDOCK, G. Refeudalização revisitada: a destruição da democracia deliberativa. **MATRIZES**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 13-31. 2018. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/matrizes/issue/view/10795>. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

NUNES, A. C. B. Mediações digitais: os Estudos Culturais para investigações do jornalismo na cultura da convergência. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 17, n. 1, p. 131-146, 2014. DOI: 10.5216/cei.v17i1.25504. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/25504>. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. São Paulo: Editora da Unesp, 2007.

SANTOS, H. C. O silêncio como forma de comunicação. **Revista Brasileira de Educação e Cultura**, n. 15, p. 13-23, 2017. Disponível em: <https://periodicos.cesg.edu.br/index.php/educacaoecultura/article/view/301/0>. Acesso em: 17 de ago. de 2022.

SONTAG, S. A estética do silêncio. In: _____. **A vontade radical**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

VILLARTA-NEDER, M. **Os movimentos do silêncio**: espelhos de Jorge Luís Borges. 269 f. Tese (Doutorado em Letras) – Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2002.