

Relacionamentos digitais: de Nietzsche à Cibercultura ¹

Bruno César SILVA²
UniRitter, Porto Alegre, RS

RESUMO

O artigo reflete sobre os relacionamentos em plataformas digitais por sujeitos que sofrem as influências de aspectos da modernidade (BAUMAN, 2004). Para tanto, o texto parte da obra de Nietzsche (1882), no período de transição entre o decreto da morte de Deus com as transformações que o espaço por ele antes ocupado na subjetividade foi sendo ocupado. A reflexão traz indícios de que o sujeito torna-se dono de sua vida e como uma possível alternativa, usa o amor para este objetivo, além da sua evolução social.

PALAVRAS-CHAVE: meio de comunicação; relacionamentos; relacionamento digital

INTRODUÇÃO

O século XXI convive com a presença da internet e experimenta mudanças nas formas como os relacionamentos interpessoais ocorrem. Assim, objetiva-se compreender qual pode ter sido o passo inicial na evolução dos estágios dos relacionamentos offline para os digitais e as configurações atuais da cibercultura como mediadora. O artigo é baseado na revisão de textos que dão conta das narrativas necessárias a resposta ao objetivo. Também destaca-se que a construção segue a partir de três capítulos que, cronologicamente, informam o status histórico até o estágio da conclusão, onde reflete-se o papel do profissional de Relações Públicas nesta nova configuração.

1. O rompimento com Deus e o reencontro do relacionamento consigo mesmo

O ser humano viveu um período em que a referenciação era o fator que determinava a existência da vida. A dominação cristã concedia ao indivíduo, segundo

¹ Trabalho apresentado no IJ de RP e Comunicação Organizacional do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

² Bacharel em Relações Públicas pela UniRitter, e-mail: contatodobrunocesar@gmail.com.

Nietzsche (apud SIQUEIRA 2016), valores absolutos, isto é, inegáveis e que proporcionavam, mesmo frente um mal que se sobrepunha no próprio indivíduo, um caráter de perfeição. Através da divindade cristã - esse Deus que tudo entende, sabe e vê - a sociedade era construída e, com seu poder, fazia que o homem não desprezasse contra si, pois estava diante duma força moralizante presente em três estágios: o antes, agora e o depois da vida do indivíduo. Por de Deus o homem tornava-se imbatível.

Ao analisar as noções de culpa e de castigo presentes na história da moral, Nietzsche constata o surgimento da má-consciência. A má-consciência é uma doença que se instaura a partir de uma adaptação involuntária, quando o animal homem é obrigado, pelo novo contexto social emergente, a seguir os padrões e regras da sociedade, devendo renunciar à vida selvagem, às aventuras e à livre manifestação de seus instintos. Com esta transformação, este tipo de homem se torna mórbido, pois a livre expressão da força é interpretada como má, e o seu portador como culpado. A mudança da condição animal para o domínio da cultura faz com que o homem mude a direção de seus instintos. Ao interiorizar os instintos, o homem exerce violência contra si, o que lhe acarreta uma cisão e tortura da alma. Com o advento do deus cristão, o sentimento de culpa é elevado até seu mais alto grau. (ARALDI, 1998, p. 81)

Nietzsche (apud SIQUEIRA 2016) questiona o poder da religião na sociedade, em especial dos efeitos causados pelo credo no Deus cristão sobre o indivíduo, quando reflete-se sobre o que é a vida. Nesta pergunta, ele destaca que a ascensão da força moralizante que se reveste através dos sacerdotes e/ou pastores, que com o pressuposto do sagrado tentam roubar do sujeito a sua própria natureza selvagem, materializa-se através de um discurso que ataca exatamente no campo da moral e dos valores. Passa, desta forma a surgir tanto no indivíduo o sentimento de culpa, de inquietude, de total e completos questionamentos sobre tudo aquilo que lhes pareceu verdade - ou outrora fora afirmado pelos representantes do sagrado que se tratava. Acentua-se com a angústia gerada pela moralização dos valores a noção mais forte de individualidade do sujeito.

Seguindo na busca pela resposta sobre o que é, de fato, a vida, Nietzsche (apud SIQUEIRA 2016) reflete que se trata de um processo, pelo fato de ser necessária a vivência de diversos estágios e experiências para a noção de civilidade e que, neste

sentido, o cristianismo é apenas uma dessas válvulas civilizatórias. Siqueira (2016, p.31) enuncia este pensamento ao concordar que o Cristianismo:

Sistematiza e universaliza as condições de conservação e reprodução do ascetismo platônico. Ou seja, o que importa no cristianismo é sua estrutura religiosa – é sua forma de iludir e fazer crer naquilo que não é vida, no nada (é promover a vontade de nada) e sua força em promover este processo civilizatório antinatural).

Assim, convicto da necessidade de ruptura da ilusão que uma sociedade confessional aporta no sujeito, a resposta de o que é a vida, definida por Siqueira (2016) à luz de Nietzsche, é tida como: “dominação, violência, afirmação de si, é exercício da força, é desligar do rebanho e se individualizar, é enfrentar o mundo de peito aberto e não se enganar com falsas crenças, é amar o mundo do jeito que é” (2016, p.27). Com essa certeza é Nietzsche afirma que Deus está morto.

Deus está morto! Deus permanece morto! E quem o matou fomos nós! Como haveremos de nos consolar, nós os algozes dos algozes? O que o mundo possuiu, até agora, de mais sagrado e mais poderoso sucumbiu exangue aos golpes das nossas lâminas. Quem nos limpará desse sangue? Qual a água que nos lavará? Que solenidades de desagravo, que jogos sagrados haveremos de inventar? A grandiosidade deste acto não será demasiada para nós? Não teremos de nos tornar nós próprios deuses, para parecermos apenas dignos dele? Nunca existiu acto mais grandioso, e, quem quer que nasça depois de nós, passará a fazer parte, mercê deste acto, de uma história superior a toda a história até hoje! (NIETZSCHE, 1882, p.125)

Ao matar Deus, a sociedade carece de reconstrução de novas estruturas de convívio e afirmação do sujeito. Sujeito este não necessariamente o que viveu este anúncio da morte, mas sim o que virá.

Ao anunciar a morte do deus cristão transcendente, Nietzsche está criticando a divisão feita pela tradição metafísica e religiosa entre o mundo supra-sensível e mundo sensível. Deus, enquanto ser transcendente, é visto como o valor supremo, sendo superior ao mundo sensível. (ARALDI, 1998, p.75)

Sensível descreve aquele ser que é físico, enquanto o suprassensível, refere-se a um gênero de ser não físico. Assim, a verdade definida pelo sujeito como o centro desse

mundo sensível. Santo gostinho (426 apud COUTINHO, 2006, p.51) em sua filosofia, destacava:

Não busques fora de ti; entra dentro de ti mesmo, porque é no homem interior que habita a verdade; e, se achares que a tua natureza é mutável, transcende-te a ti mesmo, mas não te esqueças que, ao ascenderem para além do cume do teu ser, te estás a elevar acima da tua alma, dotada de razão. Encaminha, pois, os teus passos para onde se acende a luz da razão

O fato de viver é conectar-se com novos valores diariamente. A diferença, porém, que Nietzsche (apud SIQUEIRA 2016) apresenta é a de que esta conexão de valores, agora, não mais tem como sustentação um deus cristão, mas sim, ocorre através do sujeito. Assim, o ser é um só: uno na sua verdade e individualidade.

Com a morte de Deus, a separação entre sensível e supra-sensível não tem mais sentido, o que acarreta a insustentabilidade das idéias metafísicas e dos valores que subordinavam o mundo sensível. Isso não implica, entretanto, o abandono total dos valores superiores transcendentais. A modernidade representa para o filósofo tanto o esforço de substituir o Deus transcendente por outros valores, bem como o vazio aberto pela percepção de que o deus transcendente já não exerce nenhuma influência sobre a existência. (ARALDI, 1998, p.75)

Assim, Zygmunt Bauman (2004), filósofo e sociólogo moderno, evolui na discussão iniciada por Nietzsche, colaborando para a fase atual em que a sociedade encontra-se: quem ocupa o lugar antes tido por Deus e, que agora parece ser de um vazio? Com isto, a espécie humana fica mais resistente quando tem em mente que o mundo não faz sentido apenas sob a forma que muitas instituições acabam disseminando seus credos e sim, na função da substituição destes novos credos.

2. A angústia do novo relacionamento e os meios de comunicação

Os relacionamentos contemporâneos vêm se ordenando a partir desejo de liberdade *versus* a segurança da estabilidade dos laços humanos. Para entender-se como eles ocorrem na sociedade é preciso, antes, definir que o termo relacionamento vem de

um conceito da sociologia, que diz respeito à relação entre duas ou mais pessoas, marcado por um contexto onde se está inserido e de mensagens. Em outras palavras, também se poderia afirmar que os laços humanos são também relações interpessoais.

Quando se fala relações interpessoais, torna-se imprescindível lembrar a questão da aprendizagem, que inicia nos primeiros anos de vida e estende-se por toda a existência do indivíduo. Esse processo de socialização envolve reciprocidade, diferentes formas de feedback e as inúmeras influências de tudo e de todos. Portanto, somos persuadidos e persuasores. (AZEVEDO, 2012, p.45)

Ao ser persuadido e persuasor, é preciso ter em vista o caráter de exposição, de estar acessível e, ao mesmo tempo, inacessível. Expor-se é palavra de ordem na atualidade e é possível afirmar, através das palavras de Santaella (2007, p.111) que

Os meios de comunicação se tornam um lugar privilegiado para a exposição de vidas privadas que se voltam para fora, de subjetividades exteriorizadas, em busca de um olhar que as reconheça e ateste a sua visibilidade.

Para que seja possível a compreensão dessa relação dos meios de comunicação, com o vazio existencial gerado pela morte de Deus e de uma releitura evolutiva deste estágio para o da Modernidade Líquida, tem-se que aprofundar ainda mais no conceito de ciberespaço.

O espaço que as redes fizeram nascer - espaço virtual, global, pluridimensional, sustentado e acessado pelos computadores - passou a ser chamado de ciberespaço, termo criado por William Gibson, na sua novela *Neuromancer*, em 1984. [...] A multidimensionalidade e multitemporalidade do ciberespaço, está sob o signo da efemeridade, do fugaz, fugidio, aparecimento e desaparecimento - em frações de segundos de toques de dedos apressados - de imagens, sons, vídeos, textos e gráficos. [...]. Em uma definição breve, o ciberespaço é o espaço informacional das conexões de computadores ao redor do globo, portanto um espaço que representa o conceito de rede e no qual a geografia física não importa, pois qualquer lugar do mundo fica à distância de um clique. (SANTAELLA, 2007, p.178)

O desejo pelo reconhecimento social que perpassa pelo ambiente dos meios de comunicação ainda pode causar uma relação de dependência e criação de status nos que

ali navegam, colocando em evidência se, de fato, essa noção de vazio seria mais acentuada pela web ou não.

A internet, na verdade, não passa de um veículo de comunicação - sem as pessoas para operá-la, jamais conseguiria fazer algo sozinha. Dessa forma, não é de se esperar que as mesmas pessoas que compõem o mundo real sejam as mesmas atrás das máquinas? Não é de se esperar que tragam consigo, para a Net, os mesmos comportamentos dos quais são potencialmente capazes em suas vidas presenciais? (FORTIM, 2007, p.22)

Moraes, Ramonet e Serrano (1954) argumentam que

Sem dúvida, a rede permitiu um nível de informação, conectividade e organização que não tínhamos antes. Também é preciso reconhecer que, apesar da desigualdade digital entre ricos e pobres, a chegada da rede trouxe elementos igualitaristas para a sociedade. O problema é quando a fascinação pela internet e pelas novas tecnologias nos faz esquecer de que o mundo virtual não é o mundo real. As leis, as guerras, a fome, a pobreza, a riqueza, tudo isso se encontra fora dos computadores. Assim, as novas tecnologias permitem o acesso à informação por vias mais democráticas e participativas do que as tradicionais. (MORAES; RAMONET; SERRANO, 1954, p.174).

Logo, tanto Moraes, Ramonet e Serrano (1954) quanto Fortim (2007) sinalizam que as pessoas seguirão com o resultado da liquidez da sociedade ao buscarem por novos ambientes para suprir suas carências e necessidades de afeto, mas, em qualquer situação, serão elas mesmas o cerne de todo esse desenvolvimento, pois assumiram o papel antes ocupado por Deus em suas próprias vidas.

O que mudou ao longo da história foi a abrangência e difusão das redes sociais, conforme as tecnologias de comunicação interativas foram se desenvolvendo: escrita, correios, telégrafo, telefone, computador, telefone celular. (GABRIEL, 2010, p.193).

O resultado desse novo processo de constante busca, iniciado historicamente em Nietzsche e perpassando até os estágios da cibercultura, gera na maioria das situações, sujeitos ainda mais infelizes em seus relacionamentos, mas que se escondem nas possibilidades de suas variadas identidades – ou máscaras sociais.

3. A busca do relacionamento digital e o seu modo de experiência

Bauman (2004) incita a ideia de que o ser humano mantém-se com um forte desejo de se relacionar, o que é intrínseco da humanidade. Porém, o que ocorre é que estes sujeitos acabam não conseguindo, muitas vezes, pelo medo ou insegurança do contato direto com o outro. Os vínculos são desfeitos da mesma forma que uma conexão com a internet é interrompida ou estabelecida: de forma rápida – instantânea. O fato é que para Bauman (2004) nada mais é feito para durar e, por consequência, o amor também não. Momentâneo, fugidio, e passível de ser trocado “por versões mais atualizadas” (BAUMAN, 2008, p.2). Essa é a realidade do século XXI.

Fixar-se ao solo não é tão importante se o solo pode ser alcançado e abandonado à vontade, imediatamente ou em pouquíssimo tempo. Por outro lado, fixar-se fortemente, sobrecarregando os laços com compromissos mutuamente vinculantes, pode ser positivamente prejudicial, dadas oportunidades que surgem noutros lugares. (BAUMAN, 2001, p.21)

Estar preso a algo é reviver, analogamente à visão de Bauman, este período da sobreposição da religião sobre a vida das pessoas. Longo (2014) sinaliza que o sujeito não tem mais a mesma facilidade para estabelecer laços com seus pares, ao experimentar as ferramentas que o ciberespaço lhe propicia, se ressignifica. O novo sempre está à porta. O novo parece sempre ser melhor que o atual ou que o antigo.

Não é mais questão de utilizar de ferramentas ou armas digitais, e sim de possuir uma alma digital. Alma digital essa que deve ir muito além de sites, blogs ou páginas no YouTube, mais que e-commerce, redes sociais, banners ou compra programática. Estamos falando de uma outra dimensão do envolvimento digital, aproveitando a onisciência, onipotência e onipresença que ele proporciona. (LONGO, 2014, p.16)

Este sujeito necessita de um novo ocupante no mesmo espaço simbólico ocupado pela anterior figura celestial. Pela visão de Longo (2014) tal local, atualmente, vem sendo ocupado pela figura do próprio sujeito e de seus desejos, regras e contratos, que por sua vez divide espaços com o deus da tecnologia. Um deus capaz de unificar

questões: uma liberdade nunca antes vista e, ao mesmo passo, um vazio e crises existenciais diárias - também nunca antes vistas, que podem ser transpostas para os mais variados ambientes de relacionamentos interpessoais que os sujeitos possam assumir.

A sociedade do bem-estar traz consigo uma profusão de tempo livre que oferece, é verdade, ocasião para se configurar uma vida plena de sentido, mas que, na realidade, não faz senão aflorar o vazio existencial, tal como podem observar os psiquiatras nos casos da chamada ‘neurose dominical’. (FRANKL, 2015, p.28)

Poderiam ser nos domingos em que, diante de um vazio ainda mais existencial, conforme afirmou Frankl (2015) que o sujeito “imagina o outro como portador de características das quais gostamos ou necessitamos e nos apaixonamos pelo outro como complemento de nós mesmos” (NOLF; ESCALEIRA, 2007, p.32). A noção de vazio faz refletir que no momento em que o indivíduo se depara consigo, em um domingo, por exemplo, destaca a necessidade de deslizar para relações sociais e de estima.

E é com as relações sociais que o amor, no sentido de relacionamentos afetivos, encontra com todo este arcabouço construído até aqui: o decreto da morte de deus, a evolução até a modernidade líquida, com o derretimento de muitas camadas até então estratificadas, o surgimento de um sujeito com questionamentos, a começar pela natureza selvagem da espécie a partir da dispensa da religião e, assim, a ascensão da individualidade e cibercultura. É nesse espaço de complexas evoluções que o amor torna-se uma estratégia para suprir o vazio existencial. E agora de forma digital e eletrônica.

Grande porção da vida social já é, como parte da rotina, mediada eletronicamente (ou melhor, onde a vida social já se transformou em vida eletrônica ou cibervida), e a maior parte dela se passa na companhia de um computador, um ipod ou um celular, e apenas secundariamente ao lado de seres de carne e osso. (BAUMAN, 2008, p.8)

Dessa forma, o eletrônico já vem fazendo parte da vida das pessoas, inclusive de seus relacionamentos. “Os usuários potenciais são estimulados a migrar para os serviços

de internet como uma ‘opção mais segura e controlada’, que lhes permite evitar o ‘risco e a imprevisibilidade dos encontros face a face.’ (BAUMAN, 2008, p.24).

Diante da internet vem surgindo uma nova fase da comparação. O público e privado se reconfiguram, mas a ideia de privado é tida como no outro, a vida do outro, que com os ambientes digitais se tornam mais públicas, a começar pelo desejo da comparação com o outro, de visualizar a vida dele, o desejo constante de ser melhor que ele.

A curiosidade em ver outras vidas, tão reais quanto as nossas; em vigiar pessoas conhecidas e acompanhar outras vidas de pessoas desconhecidas. Provavelmente, quando vemos outras vidas nós temos um parâmetro da nossa própria vida - a vida do outro serve como balizador, ou como motivo de projeção de comportamentos os quais eu não admito, e por isso o prazer em acompanhar e comentar. (FORTIM, 2007, p.53)

Como a maioria dos recursos que conhecemos está em fase de digitalização e a vida virou adaptável, os relacionamentos também fluidificam-se, pois “antes do desenvolvimento das mídias, os materiais simbólicos, empregados pela maioria dos indivíduos para autoformação, eram adquiridos em contextos de interação face a face” (SANTAELLA, 2007, p.94). Hoje, essa construção é de suporte midiático e não, apenas, face a face, como outrora.

Os relacionamentos acontecem também na esfera digital, ou ao menos, são iniciados. As pessoas são vistas como mercadorias, onde seus objetos de intimidade que, anteriormente, deveriam ser expostos em particular, agora podem ser vistos pelo grande público, como numa vitrine ou em um jornal de circulação nacional (ou até mesmo internacional).

Na sociedade de consumidores, ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura a sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar de maneira perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável. A ‘subjetividade’ do ‘sujeito’, e a maior parte daquilo que essa subjetividade possibilita ao sujeito atingir, concentra-se num esforço sem fim para ela própria se tornar, e permanecer, uma mercadoria vendável. A característica mais proeminente da sociedade de consumidores - ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta -

é a transformação dos consumidores em mercadorias. (BAUMAN, 2008, p.20)

A fragilidade do sujeito diante dessa evolução, onde ora é ele quem compra suas mercadorias e ora, vende é perceptível na visão de Bauman (2008). O instante em que vende é o mesmo em que compra, e o produto, para ambos, pode ser ele mesmo. Fortim (2007, p.22) reforça a noção sobre as pessoas serem vistas como mercadorias, defendidas por Bauman (2008), e descreve-as, tanto como produtos, como pessoas.

Tímidas ou frágeis, que utilizam a Internet como último recurso para atrair alguém, ansiando profundamente suprir a falta que lhe faz uma companhia. Muitas dessas pessoas se encontram fragilizadas, carentes de afeto e quando um sedutor ou sedutora virtual aparece em suas vidas, criam muitas expectativas sobre esse possível relacionamento, apostando todas as suas fichas num contato em que os indivíduos envolvidos mal se conhecem. Muitas pessoas na Internet se sentem desobrigadas de falar a verdade, ser honesto e sinceros com os outros. Existem enganações, falsidades, traições e também espaço para o romance, o amor sincero, assim como no mundo real. (FORTIM, 2007, p.22)

Ao estarem no ambiente do ciberespaço, qualquer construção pode ser feita, pois é do imaginário do sujeito que parte a definição do que é público ou particular. “O medo de estar só remete às pessoas aos computadores, enquanto o perigo representado pelos estranhos estimula o adiamento dos encontros na vida real” (BAUMAN, 2001, p.24). E o medo, por vezes, acaba sendo inimigo dos relacionamentos.

As tendências das pessoas em relação à Internet podem ser romantizá-la, por exemplo, pensando: ‘Ah, esse sim é o espaço onde eu posso encontrar alguém que eu realmente ame, onde estaremos todos livres das falsidades do mundo real. Afinal, não vendo a pessoa eu posso amá-la pelo que ela realmente é!’ Ou ainda demonizá-la, acreditando que a Internet é um lugar onde as pessoas aproveitam para mentir, enganar, trair, seduzir pessoas com as quais não desejam de fato manter uma relação estável etc. (FORTIM, 2007, p.22).

Ilusão, talvez essa seja uma das palavras que mais poderia ser atribuída e lida contextualmente na citação de Fortim (2007). O sujeito acredita que está diante de uma

verdade, de um possível príncipe encantado, projetado a partir de todas as suas carências, mas esquece que ele mesmo não está obrigado a falar a verdade. Os relacionamentos digitais e a contemporaneidade estão para o incerto.

Bauman (2008) ainda reforça a questão do medo das relações face a face e, motivo que, de certa forma, acaba justificando o padrão já aceito de romantização da internet, apontando que não existam mais responsabilidades de se amar, e que a palavra amor é usada mesmo quando as pessoas não sabem direito o seu real significado. A descartabilidade é quase sinônimo de amor. Bauman (2008) segue afirmando também e, novamente, que

Entre as maneiras com que o consumidor enfrenta a insatisfação, a principal é descartar os objetos que a causam. A sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade, igualando ‘velho’ a ‘defasado’, impróprio para continuar sendo utilizado e destinado à lata de lixo. (BAUMAN, 2008, p.31)

E, é com este espaço de uma ilusão do real, de um desejo de não desejar estabelecer uma relação estável, que se traz a afirmativa de que o “apego gera dependência” (SANTAELLA, 2007, p.241). As relações digitais ocorrem com tanta frequência que não são capazes de gerar dependência, já que o apego é algo instantâneo, assim como agora ocorre, amanhã já não. Pois os relacionamentos atuais não estão configurados para durar, a solidez dos mesmos é móvel - ou talvez nem exista mais.

Porém, é importante que não se faça também uma generalização com os relacionamentos. Assim como nem todos os valores morais e religiosos foram questionados nas transições históricas e sociais desde o decreto da morte de deus, por Nietzsche, Fortim (2007) conceitua um relacionamento digital e compara-o com um relacionamento face a face.

Os relacionamentos virtuais, ou seja, aqueles contatos nos quais as pessoas se apaixonam sem nunca terem se conhecido de fato. Muitas vezes moram a longas distâncias e trocam, via Net, sua correspondência amorosa. E aqueles relacionamentos que tiveram como via de início (ou ponto de partida) a Internet, ou seja: esse foi o meio através do qual as pessoas se conheceram, como poderia ter sido, da mesma forma, em um bar ou livraria. Nesse caso, o contato evolui para um relacionamento presencial, com encontros face a face. Os

relacionamentos acima citados como virtuais, também podem se tornar namoros convencionais, mas a evolução dessas duas formas de relacionamento pode ser bem diferente. (FORTIM, 2007, p.21)

Não se busca, em hipótese alguma, descartar o que Fortim (2007) sinaliza da existência do face a face e da possibilidade de encontros reais, que culminem em namoros ou laços mais sólidos. Mas, o que se pretende refletir é que o campo digital acabou remodelando essas relações e, por sua vez, suprimindo ao menos que momentaneamente os períodos de vazios - dominicais ou diários -, do sujeito.

Fortim (2007) ainda promove uma afirmativa sobre o sujeito e sua relação com os ambientes digitais dos relacionamentos e o uso de plataformas propícias a isso, ao sinalizar quanto ao uso destas plataformas: “para receber elogios, oras. Sempre entram no meu perfil e olham minha foto, mesmo que eu não saia com ninguém, isso faz bem para o ego” (FORTIM, 2007, p.28). É deste tipo de afirmação que se refere, de um bem ao ego, de algo líquido, voltado ao sentido de prazer que, por vezes, é momentâneo.

É inegável o importante papel que os sites de encontros, os chats, as trocas de e-mails, bem como todas as outras formas de comunicação entre as pessoas via internet, vêm tendo sobre essa busca do parceiro amoroso. Todos os dias, milhares de pessoas se comunicam via internet na intenção de encontrar alguém que corresponda às suas expectativas de completude e, ao mesmo tempo, de liberdade. Alguns desses encontros ‘dão certo’, outros não. (ZACHARIAS, 2007, p.39)

Os sites de encontros e relacionamentos misturam as duas palavras de ordem do ciberespaço, que são exposição e visibilidade e, nesse sentido, Santaella (2007, p.181) corrobora afirmando que “se a questão é a mistura da exposição pessoal com a interação, não há nada mais ajustado a essas necessidades que os programas de relacionamento”. Com isso, “as relações interpessoais dependem da frequência em que o contato é mantido. Estar sempre lá - ao toque de um sinal, em qualquer lugar que se esteja - estreita relações” (ibidem, p.238). Logo, a questão da internet, junto com a globalização, tem redefinido fronteiras do espaço e do tempo, resultando numa conexão em tempo real, vinte e quatro horas por dia, e de uma exposição sem precedentes nas

redes de relacionamentos, onde os objetivos podem ser diferentes e o contato real ser frustrante.

A Internet promove encontros - possibilita que pessoas distantes, ou mesmo próximas, possam se comunicar e se encontrar, namorar e até casar -, mas promove também desencontros. [...] Muitas pessoas procuram buscar na internet o seu par, sua 'alma gêmea', um romance, sexo fácil ou a realização de fetiches sexuais. Mas, assim como na vida fora da internet, podem ocorrer muitos desencontros entre os desejos das pessoas (homens e mulheres) e entre desejos de pessoas do mesmo sexo (pensando aqui em relacionamentos homossexuais. [...]) Se ocorrer um desencontro - o sedutor/sedutora estiver apenas interessado em sexo fácil -, a decepção pode ser muito grande. Por vezes, o objetivo do outro é apenas manter um contato virtual, sem jamais levar o relacionamento para a vida presencial. [...] Quando temos um relacionamento apenas virtual, no qual existe troca de correspondência amorosa sem o encontro presencial das pessoas, os parceiros envolvidos costumam 'completar' a falta de informações sobre o outro com suas próprias fantasias, e podem se frustrar muito quando o encontro face a face ocorrer. (FORTIM, 2007, p.21-23)

A grande novidade que o ambiente digital dos relacionamentos, em especial dos sites e aplicativos, traz para o sujeito, é o anonimato e as máscaras possíveis de serem utilizadas. Assim como conectar-se tornou-se algo fácil, a busca seguiu a mesma linha.

Para buscar alguém basta colocar as características desejadas e... 'voilà!' Aparecem aqueles que as preenchem! O que tenho observado é que quando as pessoas fazem busca nesses cadastros colocam características muito parecidas consigo mesmas. (FORTIM, 2007, p.29)

Sem dar conta de quais são as diferenças entre os sujeitos ao realizarem suas inconstantes buscas por relacionamentos e de qual será o novo decreto digital, os sujeitos seguem em busca das respostas sobre quem ocupa o lugar antes ocupado por Deus e, que agora parece ser de um vazio, e de como vem ocorrendo os relacionamentos líquidos? Santaella (2007) sinaliza que a "grande metáfora que abarca todas as demais é a metáfora dos universos paralelos: de um lado, o mundo real; de outro, o mundo virtual" (SANTAELLA, 2007, p.214). Este é o contexto dos relacionamentos contemporâneos.

Considerações finais :

Diante de todas essas construções, pode-se, finalmente, refletir que a nossa sociedade vive, realmente, um mal-estar cultural e que, continuará a acompanhar todas as evoluções e, conseqüentemente não é um problema se relacionar digitalmente. A grande questão que se leva em consideração é o fato de que não é por se estar na internet que as pessoas mudam, a cibercultura é apenas uma das ferramentas disponíveis para suprir com o vazio existencial em que passou a se viver.

Deste mal-estar, noção de vazio e sentimentos que levam o sujeito a criar uma dependência muito grande da internet, tendo nela um terreno de fuga, acreditando, inclusive que a mesma é vedada contra mentiras ou falsidades, continuam surgindo e se manifestado no sujeito o desejo pelo relacionamento. A internet causa reconhecimento social e relacionar-se nela é ter como base o outro.

Com este mal-estar que está habituado a conviver-se, cujo analogamente pode ser lido como Modernidade Líquida, propícia ao campo de estudos de Relações Públicas uma constante atualização, visto que o imaginário das redes sociais digitais é tido como um complexo nicho de acontecimentos que, se movimenta com a transformação dos seus usuários, logo, diariamente. E se movimenta, inclusive, com a evolução cultural. Aqui, se estabelecem novas formas de estudo dos públicos e das relações interpessoais.

Portanto, esse vazio existencial que acompanha o sujeito há muito e que, pela transdisciplinariedade do assunto permite que seja estudado pelas mais diversas áreas do conhecimento, dará ao sujeito, mais uma vez, a posição de destaque neste processo transformador, sendo necessário posicionar-se quanto ao nível de real e virtual que deseja em sua vida, inclusive no campo dos relacionamentos, uma vez que não seria na projeção do outro a constituição da parte que nele está inacabada (os pares) - que, aliás, para sempre continuará - ou quando chegar ao passo de encontrar o amor, manterá por pouco tempo ou no terreno do amanhã? Fica o questionamento como abertura para a continuação desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, S.G. Relações Interpessoais e Trabalho. In: DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk (Org.) Et al. **Relações Públicas: Construindo relacionamentos estratégicos**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2012. p.53-62.

ARALDI, C.L. Para uma caracterização do niilismo na obra tardia de Nietzsche. In: MARTON, Scarlett; JÚNIOR SILVA, Ivo da, (editores): **Cadernos Nietzsche 5**, São Paulo, 1998, p. 75-94

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

_____. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

FRANKL, Viktor E. **O sofrimento de uma vida sem sentido: caminho para encontrar a razão de viver**. Tradução: Karleno Bocarro. São Paulo: É Realizações: 2015.

FORTIM, I. As relações amorosas via Internet. In: FORTIM, Ivelise; FARAH, Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital**. São Paulo: Giz, 2007. p.21-24.

GABRIEL, Martha. **Marketing na Era Digital**. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

LONGO, Walter. **Marketing e comunicação na era pós-digital: as regras mudaram**. São Paulo: HSM do Brasil, 2014.

MORAES, Denis de, 1954. **Mídia, poder e contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. Dênis de Moraes, Ignacio Ramonet, Pascual Serrano; [tradução Karina Patrício] São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

NOLF, A. J. R.; ESCALEIRA, F. G. Relação virtual longa amplia a idealização do outro. In: FORTIM, Ivelise; FARAH, Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital**. São Paulo: Giz, 2007. p.31-33.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. **Imagem: Cognição, semiótica, mídia**. São Paulo: Editora Iluminuras, 1997.

ZACHARIAS, Juliana. Amor na era da internet. In: FORTIM, Ivelise; FARAH, Maria (Org.). **Relacionamentos na era digital**. São Paulo: Giz, 2007. p.38-41.