

## O imaginário midiático e o gesto fotográfico *selfie* como encarnações do mitologema narcísico<sup>1</sup>

Fabio Ciquini<sup>2</sup>  
Faculdade Cásper Líbero/São Paulo

### RESUMO

O presente trabalho discute o modo como o imaginário midiático e o gesto fotográfico *sélfico* encarnam e atualizam o mitologema do mito grego de Narciso. Partindo de um diagnóstico cultural sobre *as selfies*, argumentamos, no âmbito das teorias da imagem de Hans Belting e Dietmar Kamper, como essa narrativa de estética fugaz, repetitiva e de encenações traz consequências como a abstração do corpo que se plasma em imagem. Vinculando esse gesto fotográfico ao imaginário midiático contemporâneo, delineamos este sob o conceito de *imaginário* em Dietmar Kamper (2016) e *mediosfera* em Malena Contrera (2010). Nesse panorama o artigo busca articular o modo como as *selfies*, junto a um imaginário midiático atualizam e encarnam o mitologema narcísico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Imaginário; imagem; selfie; mitologema; corpo

### 1. A pandemia do gesto sélfico

Contribuindo fundamentalmente para a circulação de imagens no ciberespaço, o fenômeno fotográfico *selfie*<sup>3</sup>, como é sabido, cresceu exponencialmente nos últimos anos. A popularização desse gesto fotográfico deu-se ao entusiasmo mercadológico em torno do fenômeno (a integração de câmeras fotográficas nos smartphones) e consequentemente à popularização desta tipologia fotográfica no âmbito da fotografia vernacular.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Imagem e Imaginários, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica PUC-SP. Professor na área de Fotografia e Teorias da Imagem da Faculdade Cásper Líbero e Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (Fapcom). Pesquisador vinculado ao Centro interdisciplinar de Pesquisa (Faculdade Cásper Líbero) e Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia (PUC-SP). E-mail: fhciquini@casperlibero.edu.br

<sup>3</sup> Compreendemos aqui a fotografia *selfie* como referência à self-portrait, como tradicionalmente vem sendo empregado desde o início dos anos 2000. A *selfie* é uma tipologia de autorretrato realizada com smartphones e cuja intenção primordial é o upload da imagem na rede e sua circulação no ciberespaço. Nesse sentido, a *selfie*, apesar da natureza de autorrepresentação, possui elementos constituintes específicos os quais abordaremos ao longo do texto.

---

Para além das possibilidades tecnicistas e o deslumbramento em torno do fenômeno, é fundamental que esse gesto fotográfico pandêmico com a marca do contemporâneo seja pensado à luz da comunicação em consonância aos processos antropológicos e históricos, já que ele traz em si abordagens estéticas, éticas, históricas que se entrecruzam e o complexificam.

Gunthert (2015), por exemplo, situa a *selfie* no espectro de uma longa trajetória do autorretrato na história da fotografia, partindo portanto, de um perspectivismo histórico, certamente fundamental, mas, assumindo o risco de engessá-lo como categoria fotográfica, apenas, não analisando-o em relação aos ambientes comunicativos em que ele ocorre e suas implicações. Ressalta-se, segundo o autor, que a *self*, *per se*, mantém relação direta com a era da fotografia digital especificamente, tratando-se da auto-fotografia nessa era. Dessa forma, é preciso reconhecer já de início – mesmo possuindo uma outra natureza de circulação social e ambientes comunicacional – que esse gênero possui vínculos com o retrato e autorretrato fotográfico independentemente se digital ou analógico, como sua função de representação e performances de encenação, como afirma Persichetti (2013).

A popularização desse gênero fotográfico contemporâneo certamente possui estreita relação com o ambiente comunicacional em que ele é disseminado. Nas redes sociais, em especial no Instagram, as postagens de *selfies* ocupam amplo espaço nos *feeds* dos usuários. De acordo com pesquisa realizada pelo Yahoo Labs e Georgia Institute of Technology, as *selfies* são mais curtidas que fotos de paisagens, animais ou artísticas<sup>4</sup>. Além do ambiente comunicacional propício, o barateamento dos smartphones, ampliação e melhoria da conexão móvel com a internet aliada ao desejo humano de representação do rosto<sup>5</sup> são ingredientes que elevam quantitativamente a produção das *selfies* em nossa época.

O desejo pela representação de si próprio e/ou encenação de uma personagem, no entanto, não é característica do nosso tempo. Como afirma Freund (2017) o desenvolvimento da técnica fotográfica propiciou a democratização do autorretrato e, conforme a fotografia se popularizava, a necessidade de o fotógrafo também estar

---

<sup>4</sup> Para saber mais sobre a pesquisa realizada <https://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/03/selfies-no-instagram-recebem-mais-curtidas-que-fotos-comuns-entenda.html>

<sup>5</sup> O conceito de retrato em sua arqueologia remete à ideia de *eidolon* ou *imago*, que literalmente significa máscara mortuária, cujo objetivo era, e ainda é, a ideia de perenidade. O rosto, portanto, configura-se como elemento fundamental não apenas no que tange ao gênero visual retrato, mas também como elemento fundante do percurso antropológico das imagens na cultura.

presente na imagem aumentava. Fotografias familiares de casamentos, batizados, aniversários e outros festejos não permitiam, muitas vezes, que o fotógrafo – geralmente membro da família – estivesse nas imagens, pois se ele operava a câmera, não haveria como sair na foto. Atendendo aos apelos da fotografia vernacular, fabricantes de câmera como a Kodak desenvolveram aparatos como pequenos tripés e temporizadores nas câmeras para propiciar que o fotógrafo também se fizesse presente nos registros. A popularização desses mecanismos a partir do século XX elevou a produção de autorretratos na fotografia, no entanto, há diferenças importantes entre o autorretrato fotográfico clássico e as atuais *selfies*. Se naquele, geralmente há uma elaboração composicional pensada previamente, neste, a personagem (seu rosto) ocupa majoritariamente e displicentemente o quadro fotográfico. Além de o ambiente comunicacional da *self* ser da ordem da imediatividade, há diferentes contextos em que essa tipologia é empregada, desde uma georreferencialidade (*eu estive em tal lugar, eu visitei tal espaço*) expressão de performatividades sociais (*eu em encontros com amigos etc*) e sexuais (*eu após o sexo, ou mesmo eu durante o ato*). Apesar do vínculo com a representação do eu, nas *selfies* estimula-se o fascínio da ficção e encenação de personagens, em maior escala quando comparado aos retratos e autorretratos de épocas anteriores à onda *sélfica*. Há uma amplificação dos modos de “escamotear de vez a existência do sujeito original” (FABRIS, 2004,p.75).

Sobre a estética do gênero, pode-se inferir, como afirma Fontcuberta (2016, p.59) que ele engendra um “afã autobiográfico com consequente pasteurização da subjetividade”. É o que se verifica, por exemplo, quando se vislumbra performatividades semelhantes como caretas, poses eróticas, sorrisos normatizados e outras gestualidades típicas da *selfie* em diferentes ambientes como funerais e locais marcados por tragédias humanitárias como Auschwitz-Birkenau<sup>6</sup>.

Diante do espriamento contínuo do fenômeno, alguns questionamentos tornam-se emergentes, como por exemplo a relação entre esse gesto fotográfico e uma cultura cada vez mais pautada pela visibilidade midiática. Outras dúvidas possíveis podem referir-se a reprodução contínua de gestos e poses semelhantes nas *selfies*, além de um lastreamento arcaico e mítico que o gênero pode trazer consigo em sua constituição.

---

<sup>6</sup> Recentemente, a cidade ucraniana de Prípyat, palco da tragédia nuclear de Chernobyl, tem recebido turistas e curiosos que postam suas descontraídas *selfies* produzidas em meios aos escombros da zona de exclusão da cidade, conforme noticiado pela BBC <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-4860300>

---

A fim de buscarmos elementos os quais apontem possíveis respostas a esses questionamentos e claro, façam emergir outros, é necessário compreendermos o macro ambiente comunicacional midiático onde as imagens circulam. Sendo assim, é necessário realizar um exercício epistemológico interdisciplinar que discuta a centralidade do papel das imagens na comunicação contemporânea e o modo como a visibilidade torna-se a pedra-de-toque da cultura midiática em nosso tempo. Diante desse cenário, buscaremos neste breve artigo discutir: a) o modo como o ambiente midiático do contemporâneo sugere amplamente um imaginário onde a visibilidade impera, cuja consequência direta é b) a retirada do corpo que cede espaço à superficialidade. Em um segundo momento, traçaremos um percurso no qual c) ampliaremos a noção narcísica da *selfie* para além dela, relacionando-o ao ambiente midiático de forma a apontar uma influência de mão dupla entre este e o gênero fotográfico e vice versa. Nesse âmbito, o artigo visa a discutir a presença do mitologema de Narciso não apenas nas *selfies*, mas também no imaginário midiático que o agasalha.

## 2. A órbita imaginária e o baile de máscaras

Na Antropologia histórica alemã, Dietmar Kamper (1936-2001) é um pensador singular que transita interdisciplinarmente entre sociologia, filosofia e antropologia, abordando criticamente fenômenos contemporâneos como a relação entre corpo, imagem e ambiente. Diante dessa tríade, o pensador reflete sobre o papel da imagem como um dos eixos socioculturais do nosso tempo, e, em um agudo diagnóstico, Kamper (2016) vislumbra transposições profundas entre o mundo quadridimensional do espaço e dos sentidos para um universo da superfície das imagens. Para este autor, o mundo das imagens – e não mais o mundo físico quadridimensional - torna-se o horizonte de orientação.

E nessa bolha de imagens<sup>7</sup> que nos assedia dioturnamente, a perda da corporeidade, a abstração e a compulsão pela superfície são marcas significativas. Essas imagens ubiqüitárias tendem a representar e a emular a realidade, porém, gradativamente tornam-se autorreferentes, e sua imanente superficialidade e veloz

---

<sup>7</sup> Para Kamper, produzimos imagens a fim de preenchermos o vazio da morte (*horror vacui*). “Elas são substitutas do que está faltando, do que está ausente, sem atingir a dignidade daquilo que elas substituem”(Idem, 1998). Ainda segundo o autor, há variações da imagem como presença mágica, representação artística e simulação técnica. Frisamos, a despeito de suas variações e disseminações, a natureza antropológica da imagem e sua intenção primaz de negar a morte, que encontra ressonância em outros autores como Hans Belting, Christoph Wulf e Edgar Morin.

disseminação tendem a encobrir os lastros simbólicos profundos contidos em suas múltiplas camadas. A caverna imaginal, como afirma o próprio autor, é uma grande festa com participação espontânea dos envolvidos (Kamper, 2016) que se utilizam e creem piamente nas imagens luminosas repetidas em *looping* infinito na atual cultura das telas. Para o autor alemão, essa prisão de espelhos é uma imanência que praticamente impossibilita ver algo que não seja “sua própria cavidade” (Idem), trata-se de um imaginário de proporções mundiais, uma imensa bolha, “uma prisão feita de imagens de liberdade” (Idem, 2009, p.29).

Kamper, sob o conceito de *imaginário*, não está abordando outra coisa senão um mundo de imagens midiáticas<sup>8</sup> que nos cerca e empareda nossa perspectiva visual. De modo didático, pode-se pensar no imaginário midiático em paralelo à sociedade mostrada no episódio *Fifteen million merits* (Temporada 1, episódio 2) da aclamada série britânica *Black Mirror*. Nele, a personagem Bing dorme em uma caixa espelhada em que as imagens, em especial, publicidade, são transmitidas o tempo todo. Evidencia-se uma bolha, uma prisão imanente onde a corporeidade e os sentidos são subtraídos e a atenção é devotada para as imagens que se sucedem ininterruptamente de forma autorreferente.

A órbita do imaginário atua como uma ampla caverna elíptica de espelhos que se apresenta na superfície e está constantemente em um ciclo dinâmico, fechado e tautológico. Compõe-se, assim, um novo “céu artificial” (KAMPER, 2016, p.74) onde se projetam constelações de imagem, é um espetáculo debordiano, pois é “o sol que nunca se põe no império da passividade moderna [...] recobre toda a superfície do mundo e está indefinidamente impregnado de sua própria glória” (DEBORD, 1997, p.17). Nessa imanência midiática, a tridimensionalidade e a complexidade dos corpos são reduzidas à abstração imagética, leva-se uma vida diante de espelhos de nós mesmos, o *continuum* temporal, a dinâmica da vida e seu devir de transformação são substituídos pelas superfícies imagéticas. Os corpos no espaço-tempo cedem lugar a corpos na imagem, em uma espécie de estrangulamento do diagnóstico benjaminiano sobre a modernidade no qual apontava para a rarefação da experiência (*Erffahrung*).

---

<sup>8</sup> Para Baitello (2018) a mídia impressa, a partir da segunda metade do século XIX, e a mídia eletrônica no contemporâneo perfazem grandes ambientes comunicacionais habitados densamente pelas imagens, e, assim, a disseminação das imagens possui características desses *media*. O ambiente midiático e a imagem que se espalha a partir dele, portanto, “fornecem parâmetros para nossos olhares, educam e moldam nossa mirada” (Idem, p.14) e necessitam de ampla exponibilidade.

---

Nota-se que o padrão autóctone da voracidade multiplicadora da órbita imaginária eleva exponencialmente a quantidade de imagens, caracterizando no interior dessa caverna imaginária um “culto telemático da imagem, com o corpo como sucata e lixo” (KAMPER, 2002, p.7). Assim, a caverna especular forma uma imensa massa de superficialidade visual que de modo autorreferente se repete *ad nauseam*, um vazio recoberto por vazio. Essas imagens da órbita perfazem um movimento elíptico que não toca em dimensões imaginárias mais profundas e, conseqüentemente, não ativa a nascente e o lugar de transformação das imagens, o corpo, ou seja, o papel deste como instância imaginativa de transformação e deformação das imagens (Bachelard, 2001) sofre um rebaixamento. Praticamente descartado da ação de transformar e dar vida a novas imagens, o corpo apenas assiste à dinâmica da órbita em contínuo movimento repetitivo, tornando-se também, dessa forma, imagem dela, cuja configuração precisa estar ajustada a sua visibilidade solarizada, já que passa a ser menos corpo e mais imagem, da ordem da virtualidade, abstração e superfície. Sua somatosensorialidade é abstraída, retirada, pois o tempo das imagens da órbita imaginária é o futuro do pretérito, um vir-a-ser de desejos infinitos de sonhos, corpos e consumos que, quando e se alcançado, já está obsoleto. Na caverna espelhada das imagens, como afirma Kamper (2016) o presente é impossível pois está sem corpo, as imagens o substituem.

Além de Dietmar Kamper outros autores importantes auxiliam nas definições dessa esfera midiática cerrada pelas imagens. Contrera (2010) afirma que a expansão da imageria midiática recente é tão intensa que se pode falar de um imaginário próprio à mídia, a *mediosfera*. Nesse ambiente, as imagens possuem um padrão superficial, cujo objetivo é serem digeridas rapidamente por espectadores. Segundo a autora, com a crescente inflação das imagens midiáticas, pressionam-se internamente as estruturas do imaginário cultural que cede espaço à *mediosfera* (imaginário midiático). Nesta inversão de papéis que sobrevaloriza o imaginário midiático, a *mediosfera* torna-se uma estrutura de imagens *prêt-à-porter* que tem como isca um verniz superficial solarizado de corpos, lugares e consumos de toda espécie.

Nesse macroambiente comunicativo onde a visibilidade é a tônica, as *selfies* que lá estão são imagens homogeneizadas e autorreferentes. Na ânsia por serem notabilizadas e consumidas, elas caracterizam-se por poses pré-prontas, gestos maquínicos, sensualidade militarizada e alegria desmesurada. É um grande baile de

máscaras especulativo, mas em vez da encenação inventiva de um eu (como acredita de modo otimista Fontcuberta, 2016), o especulativo aqui é o espelho da autorreferência. As máscaras (personagens) são quase sempre iguais e reproduzem imagens em abismo, é a vertigem do eco infinito, “deixa de lado a unicidade para nos fazer parecermos todos iguais” (PERSICHETTI, 2013,p.163). Distintamente do que conta a mitologia quando afirma a importância do espelho como instrumento que desperta o desejo da essência por um corpo, um mergulho na matéria (BRANDÃO, 2013, p.195), o especular dos rostos sélficos não busca a particularidade do uno, de um corpo, mas a replicação, imagens semelhantes e padronizadas em escala industrial. Admira-se e fascina-se (a palavra inglesa *mirror* vem do latim *mirari* que significa admirar-se) com um *eu* não em corpo, mas em *imago*. Imagem esta que possui a estabilidade dos espelhos de vidro, como afirma Bachelard (2013), os quais limitam a imaginação criativa daquele que observa, trazem uma imagem pronta e acabada, que no ambiente midiático ganha conotação de norma homogeneizante.

A enchente visual de rostos sélficos na era midiática cruza fronteiras e particularidades culturais e, na era de sua disseminação massiva com normas e modismos na esfera midiática, o rosto, paradoxalmente, some. Em um oceano de rostos, não há o rosto, pois são homogeneizados, tipificados em expressões normatizadas que atendem aos modismos típicos do *imaginário*.

Em uma sociedade mediática, o rosto segue a lógica da política e da publicidade. Os meios de comunicação de massa - um conceito que declara seus propósitos pelo seu próprio rótulo - entregam rostos como comodities e armas. Ao fazer isso, esse mecanismo cria uma dialética oculta entre as *faces proeminentes*, as quais são constantemente apresentadas pela mídia e *rostos anônimos* da multidão. O consumo de rostos na mídia alimenta rostos que têm suas origens em máscaras, em outras palavras, rostos que foram "feitos". Na internet, no entanto, o consumo privado de rostos está se espalhando ao mesmo tempo. Isso envolve as pessoas postando seus próprios rostos para os outros verem, como se todos estivessem participando de uma festa imaginária e perpétua. No lugar das antigas formas de esfera pública e privada, surgiu um mundo paralelo, uma nova versão da "sociedade do espetáculo", que Guy Debord conceitualizou há meio século<sup>9</sup> (BELTING, 2017, p.176).

Nessa festa imaginária e perpétua a que Belting faz referência, (Han a denomina *Sociedade da transparência*) - a replicação dos rostos por meio das *selfies* busca avidamente a confirmação de um *eu* que anseia visibilidade. Dialogando com a citação

---

<sup>9</sup> Tradução do autor



---

anterior, é possível ainda refletirmos sobre a intersecção entre as esferas públicas e privadas, que tem como consequência a espetacularização da intimidade, a transparência total do eu como demonstrou Sibilia (2008) sob o conceito de extimidade.

As fotografias *selfies* na órbita imaginária replicam-se umas as outras e, ao se repetir poses e gestos, busca-se não a alteridade, mas apenas a confirmação de si mesmo. São produzidas visando *likes*, comentários e uma visibilidade que se quer transmutar em monetização. Evidenciam-se, por meio de um roteiro de trejeitos e expressões, imagens personalistas, positivas e domesticadas. O rosto e a performatividade do corpo buscam não o outro, mas a superfície da imagem. Aquele torna-se imago, uma máscara, e o restante do corpo, não raro, é ocultado. As máscaras querem a exponibilidade em alta escala e, de certa forma, como afirma Han (2017), aproximar-se de uma nudez pornográfica, destituída de mistério e enigma. Na era da *selfie* a tônica é a hipervisibilidade

Fechar os olhos é uma *negatividade* que não se coaduna bem com a positividade e hiperatividade da sociedade acelerada de hoje. A coerção para a hipervigilância, hoje, impede que fechemos os olhos. Ela também é responsável pelo esgotamento neuronal do sujeito de desempenho [...] a hipervisibilidade caminha lado a lado com a desconstrução dos umbrais e dos limites. É o *telos* da sociedade da transparência (HAN, 2017, p.73).

A hipervisibilidade como *telos*, ou seja, como alvo da sociedade contemporânea dialoga prementemente com o conceito de órbita imaginária de Dietmar Kamper. Em um aprofundamento desse diagnóstico, Byung-Chul Han, amplia as consequências da caverna imaginal analisando como a sociedade da transparência arranca qualquer tipo de véu enigmático e possibilidade de sombra das imagens. Há um triunfo do ego sobre *eros*, o “sujeito do amor próprio estabelece uma delimitação negativa frente ao outro em benefício de si mesmo” (Han, 2017, p,10), a libido não é direcionada ao outro, mas a si próprio, não há alteridade. Em uma era da visibilidade total e aceleração contínua como medidas de sucesso, o sujeito da sociedade do desempenho esgota-se mentalmente e tem sua percepção embotada diante de tanta luminosidade. O aniquilamento das sombras nas imagens da órbita imaginária é sintomático de uma consciência coletiva que quer a visão do outro apenas para confirmar suas qualidades e virtudes.



### 3. “Julga corpo, o que é sombra, e a sombra adora”

Conta a mitologia grega, que, Narciso, filho de Líriope e do rio Cefiso, era de uma beleza preocupantemente fora do comum. Preocupantemente, pois, na cultura grega, a beleza era uma das características dos deuses e, sendo tão belo um mortal, poderia despertar a ira dos deuses (Brandão, 2013). Colocar-se em um patamar semelhante às divindades era cometer *hybris*<sup>10</sup>. Preocupada com a descomedida beleza do filho, Líriope consulta-se com o sábio oracular Tirésias querendo saber quantos anos viveria o belo filho. Laconicamente, o profeta responde: *si non se uiderit* (se ele não se vir...) (Brandão, 2013, p.184).

Narciso, por conta de sua beleza incomum, despertava paixões entre as ninfas, entre elas, Eco, que castigada por Hera por acobertar traições de Zeus, apenas repetia o final dos sons das palavras que ouvia. Certa vez, ao sair para caçar com companheiros, Narciso, que estava sendo seguido por Ninfa, se perde do grupo e Eco, profundamente apaixonada, vai ao encontro de Narciso que a repele friamente. Além de Eco, o belo jovem recusa o amor de outras ninfas, que raivosas, amaldiçoam Narciso a ter um amor não correspondido. No itinerário do mito, Narciso, como se sabe, ao beber água no límpido rio Téspias, vê o seu reflexo (sua imagem) e se apaixona profundamente.

Mas qual a relação entre o mito de Narciso, o gesto fotográfico *selfie* a órbita imaginária? Dietmar Kamper (2016) nos fornece uma pista ao afirmar que a caverna orbital imaginária é “Narciso sem Eco” (p.91). O filho de Líriope e Cefiso é um símbolo central de permanência em si mesmo, pois ao se ver, apaixona-se pela própria imagem, esquece-se das necessidades do corpo e morre de fome. No local onde morre, nasce uma flor amarela de perfume estupefaciente<sup>11</sup>.

O objeto do amor de Narciso não é o outro, mas tão somente ele, é o autoamor excessivo, solipsista, o *eu* refletido na água como única realidade. Brandão busca na etimologia da palavra reflexão aprofundamentos sobre a temática:

*Reflectere*, de *re-* ‘novamente’ e *flectere*, ‘curvar-se’, significa etimologicamente ‘voltar para trás’ [...] exatamente isto que Jung chamou

<sup>10</sup> *Hybris* (Híbris), segundo Brandão (2014) é um descomedimento, uma “violência, insolência, uma ultrapassagem do métron” na medida em que o homem quer competir com o divino. Assim, o homem deve saber seu lugar no mundo e não cometer *Hybris* para não despertar a ira dos deuses.

<sup>11</sup> Conta a mitologia grega que, desejando o amor de Perséfone, o rei do Hades Plutão combina com Zeus um modo de raptá-la. Como a jovem gostava de apanhar flores, Zeus colocou um narciso à beira de um precipício e, embriagada (narcotizada) pelo perfume estupefaciente da flor, Perséfone cai no abismo nos braços do filho de Cronos.

---

de instinto de reflexão. A libido cessa de mover-se em direção ao objeto, sofrendo uma psiquização e é desviada para uma atividade endopsíquica [...] Narciso indicaria este desenvolvimento patológico no instinto de reflexão: a atividade da reflexão (voltar-se para si mesmo) domina e exclui a necessidade de alimentação, de sexualidade comum (BRANDÃO, 2013, p.192 e 193).

Ao se ver, conforme profetizou o velho cego Tirésias, o jovem Narciso encerra-se em si mesmo. Narcotizado, como explica a etimologia *narké* que tem origem no mito que inclui a flor de mesmo nome, Narciso rejeita o mundo-objeto, não projeta no outro sua libido, ama o próprio reflexo, comete uma violência contra Eros – o envolvimento erótico com o outro – e permanece encastelado em sua beleza (imagem do self). O mito sugere uma ligação forte ao mundo da matéria e das aparências, de acordo com Brandão “indiferente ao amor e autossuficiente, ele é vítima de uma ilusão de que a *imago* e a sombra (*umbra*) são a única realidade” (2013,p.194). A *imago* desejada e amada por Narciso não possui equivalência no mundo real, é uma ausência de uma presença e uma presença ausente. Como relata o poeta Ovídio em suas Metamorfoses, Narciso “julga corpo, o que é sombra, e a sombra adora. Extasiado diante de si mesmo, sem mover-se do lugar” (Ovídio, *apud* Brandão, 2013, p. 186).

Já a ninfa Eco, segundo Brandão (2013, 2014) possui características distintas do jovem Tebano. Conhecida pela tagarelice, a ninfa é usada por Zeus para distrair sua ciumenta esposa Hera, já que Eco poderia ficar conversando horas com a esposa de Zeus enquanto ele realizava seus passeios amorosos entre os mortais. Depois de descobrir que Eco acobertava Zeus, Hera decide castigá-la não permitindo mais a ela falar, mas somente repetir os últimos sons das palavras que ouvisse. Essa diferenciação entre Narciso e Eco é importante pois

Representam uma relação dialética de opostos complementares, não só de masculino e feminino, mas sobretudo de sujeito e objeto, de algo que permanece em si mesmo e de algo que permanece no outro [...] Narciso e Eco são dois caminhos provenientes de uma raiz comum, do sofrimento cultural, e que buscam, através de suas peripécias, se encontrar e se resolver [...] nos fica desse encontro-desencontro a marca de uma discórdia e de uma tragédia, que muito nos elucidam sobre a realidade do homem e da mulher [...] e mais que tudo, a realidade do desenvolvimento psicológico da *personalidade individual e da cultura* (grifo nosso) (BYINGTON *apud* BRANDÃO, 2013, p.187).

Em relação a denominada “personalidade da cultura”, de que modo podemos entendê-la em nossa época? Cotejando os elementos e conceitos até aqui explanados, acreditamos que em meio aos ambientes midiáticos e vidas *instagramáveis* das *selfies*, há uma forte tendência para uma personalidade cultural narcísica na atualidade.

Detendo-nos mais atentamente aos ambientes comunicativos, é possível observar a presença de uma matéria mítica de essência narcísica. Não apenas no gesto *sélfico*, mas também no imaginário midiático há a presença deste elemento constitutivo do mito de Narciso, que é o mitologema.

Um elemento ou tema isolado em qualquer mito. Os temas da ascensão ou declínio são mitologemas. A busca do herói reúne dois mitologemas: o herói e a busca [...] Tal energia (mitologema) é invisível, apesar de tangível de maneira transitória ao ser investida em uma imagem. Só podemos considerá-la consciente após haver encarnado. Tais imagens são psicodinâmicas, transportam energia e podem se apoderar de nós de forma individual e/ou coletiva por meio de valores conscientes e inconscientes (HOLLIS, 2005, p.10 e 11).

Os mitologemas são núcleos constitutivos de todo mito, configura a ele uma estrutura. O psicanalista junguiano James Hollis, na citação acima, retoma a importância das imagens já discutida pelo seu mestre Carl Gustav Jung, pois para este autor os mitologemas “constituem expressões imagéticas dos arquétipos, que em si mesmos, são incognoscíveis” (Jung, 2012). Na imagem, portanto, o mitologema se reformula e se reorganiza e, a despeito de sua dinamização, sua essência permanece como história primordial, como imagem arquetípica. O sol fálico e seu profundo simbolismo de vida, fecundação e consciência entre culturas de diferentes épocas e lugares, como lembra Boechat (2008, p.3) são exemplos de mitologema “o deus egípcio solar Ra, com seu falo fecundante, os quadros medievais cristãos de Ambrogio di Bondoni, o Giotto, com a Virgem Maria sendo fecundada pelo sol”. A saga de heróis e heroínas com suas jornadas de provações e enfrentamentos também se configura como mitologemas encarnados em imagens primordiais que circulam na cultura. A presentificação, a atualização de um mitologema necessita de uma incorporação, o mundo invisível encarna-se nas imagens arquetípicas.

A essência primordial do mito de Narciso, acreditamos, se faz presente não apenas no gesto *sélfico*, mas também é uma energia psicodinâmica circulante no imaginário midiático. Kamper afirma que o *imaginário* é um oceano de imagens (acredito que a metáfora ligada à água não seja gratuita, mas alude deliberadamente ao

espelhamento narcísico) cujo espelho formado não ocorre por meio da água, mas sim pelas próprias imagens em profusão. Assim, sendo sua superfície recoberta por outras imagens, o que se espelha não é o corpo de quem olha. No espelho narcísico midiático do contemporâneo as imagens fingem-se corpos e os querem aprisionados em sua superficialidade reluzente. É um embuste para o aprisionamento de corpos com suas multiplicidades em imagens que os querem unos e homogêneos.

As *selfies*, com sua gestualidade típica do espelhamento da auto-foto reberberam o mitologema do jovem Efebo, mas é apenas um dos movimentos narcísicos de uma sociedade midiática que emana o mitologema também de outras formas. Há todo um discurso midiático das esferas jornalística, publicitária e de entretenimento, como o encorajamento a chamada uberização do trabalho e vida - *faça seu horário, seja seu próprio chefe, escolha o parceiro sexual de acordo com seus critérios, leia apenas as notícias em que você acredita*-. Categoricamente, os exemplos abaixo reforçam a presença do mitologema narcísico na esfera midiática.

A revista norte-americana *Time* vem repetindo a cerimônia de “personalidade do ano” há pouco mais de um século com o intuito de apontar as pessoas que mais afetaram o noticiário e nossas vidas. E quem foi a personalidade do ano de 2006, de acordo com o respeitado veredito da *Time*? Você! Sim, você. Ou melhor: não apenas *você*, mas também *eu* e todos nós. Ou, mais precisamente ainda, cada um de *nós*: as pessoas “comuns”. Um espelho brilhava na capa da publicação e convidava seus leitores a nele se contemplarem, como Narcisos satisfeitos de verem suas ‘personalidades’ cintilando no mais alto pódio da mídia [...] No final de 2007, o jornal *O Globo* também decidiu colocar *você* como protagonista daquele ano, permitindo que cada leitor fizesse sua própria retrospectiva anual através do site do periódico na web. Assim entre as imagens e comentários sobre grandes feitos e catástrofes ocorridos no mundo ao longo dos últimos doze meses, apareciam fotografias de casamentos, bebê sorrindo, férias em família e festas de aniversário, todas acompanhadas de legendas do tipo: ‘neste ano, o Hélio casou com Flávia, Priscila desfilou no Sambódromo, Carlos conheceu o mar, Marta conseguiu vencer sua doença’ (SIBILIA, 2008, p.8 e 9).

No oceano de imagens e narrativas narcísicas presentes na esfera midiática, Eros agoniza. O sujeito narcísico “não percebe o outro em sua alteridade, só encontra significação ali onde consegue reconhecer de algum modo a si mesmo” (HAN, 2017, p.10). Assim, vai se confirmando o diagnóstico de Kamper (2016, p.91) de uma época de “Narciso sem Eco”, com a contribuição gigantesca de uma sociedade estimulada e narcotizada pelas imagens sélficas.

#### 4. Considerações finais

Ligada principalmente à fabricação técnica de imagens e à expansão dos meios de comunicação, a dilatação da órbita imaginária se dá de forma autorreferente, alimentando-se de imagens encapsuladas “desprovidas de referência (*Bildhaftigkeit*)” (KAMPER, 2016, p.56). Nessa imanência midiática, a tridimensionalidade e a complexidade dos corpos são reduzidas à abstração imagética, leva-se uma vida diante de espelhos de nós mesmos, é um presente impossível pois sem corpo, o *continuum* temporal, a dinâmica da vida e seu devir de transformação são substituídos pela superficialidade das imagens; os corpos no espaço-tempo cedem lugar a corpos na imagem

Nesse espelhamento da natureza egóica e narcísica do humano, o *eu* na imagem se sobrepõe a todos os outros elementos: paisagens lindamente inesquecíveis, cenários devastados por guerras e outras possíveis janelas de mundo são obliteradas pelos apaixonamentos narcísicos da imago. Os encantamentos das máscaras *sélficas* representam uma estética do não tempo, de uma aceleração contínua, pois fugazes e de obsolescência veloz. Na órbita imaginária inundada pelas imagens solarizadas da mídia não há corpo, pois este foi abstraído. O encantamento é pelo reflexo de câmeras-espelho dos smartphones, pela *imago*. Consequentemente, não há rosto pois este apenas imita máscaras cuja visualidade é constantemente ajustada à visibilidade mimética e homogeneizada dos ambientes.

Sendo o imaginário midiático uma superfície espelhada, não há lugar para o outro. A natureza sélfica (na ambivalência que o termo permite entre psicologia e fotografia) reverbera coletivamente a energia psicodinâmica presente no mito de Narciso, e, ao encontrar o ambiente midiático espelhado de cerramento em si potencializa-se. Há nesse macroambiente comunicacional e nas *selfies* a encarnação energética do mitologema de Narciso. Ambas instâncias (*selfies* e *imaginário*) atuam como vetores de presentificação dessa energia arcaica.

E nesse espelhamento perpétuo do imaginário midiático o “show do eu” se sobrepõe continuamente ao outro. Assim, verifica-se que o mitologema de Narciso encarna-se na cultura via *selfies* e imaginário midiático, que o amplifica embotando as

dimensões simbólicas e arcaicas e valoriza a superficialidade das imagens que refletem o baile de máscaras infinito.

## REFERÊNCIAS

BAITELLO JR, Norval. **A carta, o abismo, o beijo** os ambientes de imagens entre o artístico e o mediático. São Paulo: Paulus, 2018.

BACHELARD, Gaston. **A água e os sonhos** ensaio sobre a imaginação da matéria. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

BELTING, Hans. **Likeness and Presence: A History of the Image before the Era of Art.** Translated by Edmund Jephcott. Chicago: The University of Chicago Press, 2004.

\_\_\_\_\_. **Antropologia de la imagen.** Buenos Aires: Katz editores, 2007.

\_\_\_\_\_. **Face and Mask a double history.** Princeton: Princeton University Press, 2013.

BOECHAT, Walter. **O mito na teoria e na prática da psicologia analítica.** [http://pablo.deassis.net.br/wp-content/uploads/Mito\\_Teoria\\_Pratica.pdf](http://pablo.deassis.net.br/wp-content/uploads/Mito_Teoria_Pratica.pdf). Acesso em 25/06/2019.

BRANDÃO, Junito de Souza. **Mitologia Grega volume II (25ª edição).** Petrópolis: Vozes, 2013.

\_\_\_\_\_. **Dicionário mítico-etimológico da mitologia grega.** Petrópolis: Vozes, 2014.

CONTRERA, Malena. **Mediosfera.** São Paulo: Annablume, 2010.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

FABRIS, Annateresa. **Identidades virtuais** uma leitura do retrato fotográfico. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

FONTCUBERTA, Joan. **Dança séléfica** in Revista Zum, nº11. Páginas 52-63. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2016.

FREUND, Gisèle. **La fotografia como documento social.** São Paulo: Editora Gustavo Gilli, 2017.

GUNTHER, Andre. **The consecration of the selfie a cultural history.** In <https://imagesociale.fr/1413>. Acesso em dezembro de 2018.

HAN, Byung-Chul. **Agonia de eros.** Petrópolis: Vozes, 2017.

\_\_\_\_\_. **Sociedade da transparência.** Petrópolis: Vozes, 2017.

HOLLIS, James. **Mitologemas encarnações do mundo invisível.** São Paulo: Paulus, 2005.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** Petrópolis: Vozes, 2000.

---

KAMPER, Dietmar. **O Medial – O Virtual – O Telemático: o espírito de volta a uma corporeidade transcendental**, 1994. Tradução de Ciro Marcondes Filho. Disponível em: [www.cisc.org.br/biblioteca](http://www.cisc.org.br/biblioteca). Acesso em: 20 de abril 2019.

\_\_\_\_\_. **A estrutura temporal das imagens**. In: Princípios, revista de Filosofia. V.4, n°5, 1997, pp 229-236, 1997. Disponível em: [www.cisc.org.br/biblioteca](http://www.cisc.org.br/biblioteca). Acesso em: 20 de abril 2019.

\_\_\_\_\_. **Imagem**, 2002. Disponível em: [www.cisc.org.br/biblioteca](http://www.cisc.org.br/biblioteca). Acesso em: 20 de abril 2019.

\_\_\_\_\_. **Os padecimentos dos olhos**. In Ensaio de complexidade; org: Castro, G; Carvalho, Edgard de Assis; Almeida, Maria da Conceição de. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2006.

\_\_\_\_\_. **Imanência dos media e corporeidade transcendental. 2003** Disponível em: [www.cisc.org.br/biblioteca](http://www.cisc.org.br/biblioteca). Acesso em: 20 de abril 2019.

\_\_\_\_\_. **Mudança de horizonte: o sol novo a cada dia, nada de novo sob o sol, mas...** Tradução Danielle Naves de Oliveira. São Paulo: Paulus, 2016.

PERSICHETTI, Simonetta. Dos elfos aos selfies in Künsch & Persichetti (orgs.) **Comunicação entretenimento e imagem**. São Paulo: Editora Plêiade, 2013.

SIBILIA, Paula. **O show do eu** a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.