

Quem é esse que vejo nas telas, narciso?

O Narcisismo como estrutura de defesa numa sociedade pós-moderna digital¹

Anna Karollina Oliveira Silva²

Gustavo Fortes Said³

Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

RESUMO

Encantado pela sua autoimagem e beleza espelhada na Lagoa de Eco, e sem conseguir alcançar o que enxergava, Narciso acabou definhando. No mito, a morte de Narciso pode ser vista também como algo metafórico, como por exemplo, quando nos fixamos apenas em nossa verdade e nos fechamos para o mundo, evitando assim, novas descobertas. Ao se ver no reflexo da lagoa, Narciso enxerga a beleza ideal, e ao mesmo tempo que a possui, jamais poderá ter o seu grande amado, que é ele mesmo. Em tempos de filtros, fotos e imagens editadas, como será que Narciso reagiria a seu reflexo na sociedade pós-moderna? Será que de fato ele se agradaria do que veria no espelho ou o reflexo serviria apenas para enxergar defeitos? Buscaria a perfeição para agradar o outro e não a si? Como ele se enxergaria? A sociedade pós-moderna, caracterizada por dar importância às tribos, ênfase à vivência local, inserida numa cultura globalizada, e à convivência através das imagens (MAFFESOLI, 2010), está mergulhada em um narcisismo que pode alcançar um caráter adoecedor. Conforme Freud, no livro *Introdução ao Narcisismo (1914-1916)*, o Narcisismo se refere a uma proteção do aparelho psíquico, o qual promove uma integração da imagem corporal que leva a um investimento libidinal do sujeito em seu próprio corpo, analisando suas dimensões e descobrindo sua identidade. A construção de identidades na pós-modernidade, diante da efemeridade das tendências, fundamenta-se na perspectiva teórica dos conceitos de

¹ Trabalho apresentado na DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí -UFPI, e-mail: jornalistakarollina@gmail.com

³ Professor do curso de graduação em comunicação e do Programa de pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí, e-mail: gsaid@uol.com.br

identidade (HALL, 2011), o qual oferece um histórico de três importantes momentos decisivos pelos quais passaram as concepções identitárias. A primeira situa-se na perspectiva do iluminismo, quando o indivíduo era completamente centrado e unificado “Consistiria em um núcleo interior que emergia pela primeira vez com o nascimento do sujeito e desabrocha com ele, permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou idêntico” (HALL, 2011, p. 7). Havia então, uma noção de que o indivíduo não mudava, ele era fixo; posteriormente veio a segunda vertente identitária, nessa já começava a considerar que o mundo moderno afetava o indivíduo, ou seja, a identidade nesse momento de modernidade é dada a partir da interação entre o indivíduo e sociedade a qual ele está inserido. Finalmente, surge a ideia de sujeito pós-moderno, a do nosso objeto de estudo. Marcado pela liquidez dos novos tempos, inserido na fluidez do novo mundo, de constantes transformações, sua identidade passa a ser mutável, de difícil delimitação. O sujeito pós-moderno sofre influência dos que o rodeiam na construção identitária.

O cenário no qual se insere o processo de produção de identidade como um dos elementos formadores da subjetividade aponta para a ideia de contágio. A incorporação de modos de ser ocorre atualmente de forma rápida pelo contato entre grupos, indivíduos e bens de consumo. Em decorrência das alterações extremas pelas quais o processo de produção de modos de existência tem passado em um intervalo curto de tempo na história, novas redes de relações têm se constituído como importantes pontos de apoio na construção da subjetividade. Se até bem pouco tempo atrás tais processos se davam principalmente por transmissão através de parentesco, filiação e demais forças verticais (nas instituições como a família e o Estado, por exemplo) atualmente outras forças (como os meios de comunicação) contaminam os modos de ser de forma horizontal, propondo novas situações para a formação da subjetividade (Delleuze e Parnet, 1980). (FERRARI, 2006, p. 2)

Ele ganha multifacetado, diferente do tradicional. E falar de redes sociais, é falar de um espaço onde há diferentes formas de comunicação, e uma necessidade constante do ser humano na busca por um lugar na sociedade, seja como destaque apenas entre os que o rodeiam, ou para uma notoriedade global. Com a popularidade das redes sociais, da exposição constante em redes e telas, está cada vez mais difícil compreendermos quem somos ou quem queremos ser. Reconhecer a própria imagem, por exemplo, é uma tarefa quase impossível quando se trata de exposição em redes sociais, em especial aqui, o *Instagram*; O *Instagram* foi criado em Outubro de 2010 pelos empresários Kevin Systrom e Yosyp Shvab. Lançado nos Estados Unidos, o aplicativo *Instagram* era

apenas disponibilizado para usuários com sistema IOS, porém com sua tamanha popularidade, dois anos depois, os smartphones com sistema Android passaram a poder baixar também essa rede social. A experiência de compartilhar imagens pelo *Instagram* foi muito bem recebida, principalmente pelo significado simbólico que a rede social carrega, pois desde o início ela demonstra exclusividade e status, já que durante dois anos apenas pessoas que possuíam iphone podiam baixar.⁴ Sua popularidade é constatada pelo fato de ser uma das mais populares redes sociais, a oitava entre as dez mais conhecidas, de acordo com o portal de estudos e estatística (FONTANA, 2015) e a quarta mais utilizada no Brasil, de acordo com o report da We are social e da Hootsuite⁵. Através das redes sociais é possível compreendermos que os sujeitos vão constituindo sua subjetividade através do reflexo que enxerga nas telas proporcionado por uma vida em constante exposição. Nesse contexto buscamos encontrar a existência de um sujeito que busca relacionar-se com o outro sob demasiada superficialidade, pois dessa forma ele consegue satisfazer o próprio ego. Podemos então entender que a relação do sujeito e seu perfil na rede social é como o Eu Ideal de que Freud conceitua. O Eu Ideal, enquanto uma figura do narcisismo, é o sujeito como objeto de expectativa para o outro (nossos pais, a sociedade, etc.), expectativa que se cria para o cessar da angústia, do desamparo, da castração. Os perfis nas redes sociais podem, por exemplo, ser editados e reeditados inúmeras vezes, deixando como o sujeito deseja até chegar a uma imagem considerada ideal por ele, para enfim ser colocada para aprovação dos outros. Para o Eu, há também o Ideal do Eu, que é uma instância secundária, formada a partir do Complexo de Édipo, que nada mais é do que um momento de socialização, de humanização do indivíduo, da entrada do simbólico de apropriação da criança em relação ao seu desejo e, portanto, em relação ao seu inconsciente, como uma substituição do narcisismo primário, onde a criança percebe que é o objeto máximo de desejo do outro. Sendo assim, o Eu Ideal é uma instância imaginária, enquanto o Ideal

⁴ Instagram tem 500 milhões de usuários em todo o mundo. Disponível em: <<https://www.ig.com.br/tudo-sobre/instagram/>>. Acesso em 28 de novembro de 2017.

⁵ As 10 redes sociais mais usadas no Brasil em 2020. Disponível em: <[encurtador.com.br/dLST9](https://www.encyrtador.com.br/dLST9)>. Acesso em 15 de Junho de 2021.



do Eu é uma instância simbólica que diz como ele deve ser idealmente, a partir do que ele acha que os outros esperam dele, para que seu desejo seja legitimado. É a partir do Ideal do Eu que construímos nossas estruturas de admiração que vão determinar nossa maneira de amar, de agir, etc. Lasch (1983) em sua perspectiva do narcisismo sobre a nossa cultura, traz um olhar de que o narcisismo é movido pelo ódio de si mesmo, usando outras pessoas como instrumento de gratificação, mesmo enquanto anseiam pela sua aprovação e seu amor. O narcisista precisa da aprovação do outro não para se amar mais, mas pelo fato de que nem ele se aceita como tal. Sendo assim, a partir da perspectiva do Narcisismo contemporâneo encontrado dentro das redes sociais, iremos analisar a partir da metodologia de análise de conteúdo, os perfis das influenciadoras: Flávia Pavanelli (@flaviapavanelli) e Sthefane Matos (@sthefanematos). A escolha das influencers ocorre, por serem mulheres que já estavam, antes da fama, encaixadas em um padrão de beleza pré-estabelecido na sociedade contemporânea, mas que apesar disso, ao se colocarem como protagonistas de seus espetáculos virtuais, renderam-se às plásticas e aos procedimentos não cirúrgicos, mudando bastante suas fisionomias, as duas pertencem a geração Z, nascidas no mundo digital e são grandes referências deste meio. Apesar delas virem de condições sociais diferentes, as duas são reféns da sociedade pós-moderna que busca sempre a perfeição de si, ambas passaram por processos estéticos, cirurgias plásticas que alteraram sua fisionomia, e, recentemente, também passaram por procedimentos de correções, porque alguns das cirurgias anteriores não tiveram o êxito esperado. Esse foi um ponto que achamos demasiado importante ao observá-las, pois não importa de onde você vem, que classe você faz parte, mas a mídia acaba atingindo você enquanto mulher inserida na sociedade. Além disso, ambas são bombardeadas por mensagens todos os dias, seja de cunho negativo, falando sobre como elas eram mais bonitas antes dos procedimentos, como também em apoio às mudanças estéticas. Portanto, torna-se necessário compreender como esse fenômeno psíquico abrange na construção de subjetividades comunicacionais entre os sujeitos que fazem dessa estrutura como um local de defesa. Para tanto, neste estudo buscaremos descobrir como o Narcisismo atua como uma estrutura de defesa para o indivíduo da geração Z no *Instagram* a partir dos perfis citados acima.



PALAVRAS-CHAVE: narcisismo; redes sociais; *Instagram*; pós-modernidade;

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Luciana. **Os filtros do Instagram estão mudando a nossa aparência na vida real?** Site Revista Elle, 2020. Disponível em: <<https://elle.com.br/beleza/filtros-instagram-nos-deixam-iguais>> Acesso em: 17 de out, 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Editora 70. Edição revista e atualizada, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

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

FREUD, S. **Sobre o narcisismo: uma introdução**. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud. v. 14. Rio de Janeiro: Imago, 1990.

LACAN, Jacques; MILLER, Jacques-Alain; DI CIACCIA, Antonio. **O seminário**. Einaudi, 2008.

KALLAS, M. B. L. M. (2016). **O sujeito contemporâneo, o mundo virtual e a psicanálise**. Reverso, Belo Horizonte, 38 (71), 55-64. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/reverso/v38n71/v38n71a06.pdf>

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: Da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, L. **A teoria geral dos signos**: semiose e autogeração. São Paulo: Ática, 1995.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2016.