

A estrutura mítica narcísica no imaginário midiático e nas selfies^[1]

The narcissistic mythical structure in mediatic imaginary and selfies

FABIO CIQUINI

Doutor pelo Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Atua como docente nos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Cásper Líbero e da Fapcom. Pesquisador vinculado ao CISC-PUCSP (Centro Interdisciplinar de semiótica da cultura e da mídia) e ao Arquivo Vilém Flusser São Paulo.

RESUMO

O artigo discute o modo como o imaginário midiático e as selfies atualizam o mitologema do mito grego de Narciso. Partindo de um diagnóstico cultural sobre as selfies, argumenta-se como esta narrativa de estética fugaz reforça a compulsão pela imagem e a pasteurização da subjetividade. Vinculando as selfies ao macroambiente midiático, explica-se este sob o conceito de imaginário em Kamper (2016) e mediasfera em Contrera (2010). Em seguida, explica-se de que modo a estrutura mítica, o mitologema, do mito grego de Narciso se encarna no imaginário midiático e nas selfies, a partir de autores como Hollis (2005) e Brandão (2013, 2014). A estratégia metodológica é a pesquisa bibliográfica de caráter interdisciplinar, de forma a articular selfies, imaginário midiático e o mitologema de Narciso. Neste sentido, o artigo, de natureza teórica, contribui para a compreensão crítica de como essas instâncias atuam em padrões de visibilidade e comunicação narcísicas presentes na atualidade.

Palavras-chave: Selfie; imaginário midiático; mitologema.

ABSTRACT

The article discusses how mediatic imaginary and selfies update the mythologem of Narcissus' Greek myth. Starting from a cultural diagnosis about selfies, it is argued how this fleeting aesthetic narrative reinforces the compulsion for the image and the pasteurization of subjectivity. Linking selfies to the media macroenvironment, this is explained under the concept of the imaginary in Kamper (2016) and mediasphere in Contrera (2010). Then, it explains how the mythical structure, the mythologem, of the Greek myth of Narcissus is incarnated in the mediatic imaginary and in the selfies, from authors such as Hollis (2005) and Brandão (2013, 2014). The methodological strategy is bibliographic research of an interdisciplinary character, in order to articulate selfie, mediatic imaginary and the mythologem of Narcissus. In this sense, the article contributes to a critical understanding of how these instances perform patterns of narcissistic visibility and communication present today.

Keywords: Selfies; mediatic imaginary; mythologem

A PANDEMIA DAS SELFIES NA COMUNICAÇÃO: PROBLEMATIZAÇÕES INICIAIS

A disseminação e circulação massiva de imagens no ciberespaço atual tem a forte contribuição do fenômeno fotográfico selfie^[2]. A popularização deste gesto fotográfico deve-se ao entusiasmo mercadológico em torno do fenômeno - a integração de câmeras fotográficas aos smartphones e o seu barateamento - e conseqüentemente à popularização desta tipologia fotográfica no âmbito da fotografia vernacular.

Para além do deslumbramento em torno do fenômeno, no entanto, é fundamental que esse gesto fotográfico pandêmico com a marca do contemporâneo seja pensado criticamente 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) situa-o no espectro de uma longa trajetória do autorretrato na história da fotografia, mas, engessando-o como categoria fotográfica, 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, sendo insígnia de autorretrato neste período.

De fato, é perceptível que as selfies estão vinculadas ao autorretrato fotográfico e ampliam-se quantitativamente nos ambientes digitais. Dessa forma, alguns tensionamentos são importantes: quais são possíveis similaridades e diferenças entre as selfies e o autorretrato tradicional? Como se dá sua circulação midiática e relação com esses ambientes comunicativos? Qual a natureza das performances de representação e encenação no/do gênero?

Já de saída, é possível afirmar que a popularização deste gênero fotográfico contemporâneo certamente possui estreita relação com o ambiente comunicacional em que ele é disseminado. Nas redes sociais, em especial no Instagram^[3], as postagens de selfies ocupam amplo espaço nos conteúdos (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^[4]. 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^[5] 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 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 câmara 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 majoritaria e displicentemente o quadro fotográfico. Além de o ambiente comunicacional da self ser da ordem da imediaticidade, há diferentes contextos em que a tipologia é empregada, desde georreferencialidade (*eu estive em tal lugar, eu visitei tal espaço*) expressão de performatividades sociais (*eu em encontros com amigos etc*) ou mesmo 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).

E de que modo pode-se pensar a performatividade do gesto fotográfico selfie? O braço levantado segurando o *smartphone* é sintomático no sentido de uma supervalorização da técnica. Gunther Anders (2002) ao discutir a relação homem-máquina no cenário pós-modernidade afirma uma assincronia entre essas instâncias, denominando-a vergonha Prometeica (*Prometheisches Scham*), isto é, uma vergonha da vergonhosa “alta qualidade das coisas criadas por ele mesmo”^[6]. Na relação cada vez mais discrepante entre homem e máquina, aquele a coloca em um altar, pois não consegue acompanhar suas mudanças e digeri-las completamente, está sempre um passo atrás e portanto submisso as suas complexidades e aperfeiçoamentos. Criticamente, Anders (2002) afirma que o homem é inferior à velocidade, força e precisão dos aparatos e envergonha-se diante da superioridade e quase infalibilidade das máquinas. Nesse sentido, pode-se pensar em uma inversão:

A ubiquidade dos aparelhos faz os objetos se humanizarem – se tornarem sujeitos – e os humanos se objetificarem. Não no sentido de o homem ser um objeto técnico *entre* objetos técnicos, mas de ser objeto *para* aparelhos, isto é, matéria prima para a sociedade dos objetos técnicos. As qualidades que geralmente são atribuídas aos homens trocam de lugar com aquelas associadas aos objetos (HEILMAR, 2019, p.59).

Na ânsia para diminuir essa assincronia, segundo Anders (2002), o homem busca a reprodutibilidade em escala industrial, quer igualar-se a técnica pois os parâmetros de vida são essencialmente estruturados por níveis de excelência industrial e dos aparelhos. O reproduzir-se em série por meio das imagens, chamado de *Iconomania* pelo autor, é o principal sintoma, em nível simbólico, de uma mimese industrial, uma objetificação do humano (ao mesmo tempo que

ocorre uma humanização da máquina). Pode-se pensar que o gesto sélfico, sob esse prisma, emula tal assincronia, enaltecendo a técnica e o aparelho que olha do alto. A técnica está superior ao corpo e, na busca por diminuir a discrepância, o homem se reproduz imagetivamente em escala industrial. O autorretrato sélfico é um dos sintomas da iconomania e iconofilia presentes na sociedade.

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 nos múltiplos ambientes e situações em que estas imagens são produzidas, além de diferentes situações como funerais e locais marcados por tragédias humanitárias como Auschwitz-Birkenau^[7].

Diante do espraiamento contínuo do fenômeno, alguns questionamentos vem à tona e aprofundamentos são necessários: qual a relação entre este gesto fotográfico e uma cultura cada vez mais pautada pela visibilidade midiática do eu? há possíveis lastros arcaicos presentes nas selfies que justificam a avidez pelo show do eu?

A fim de buscarmos possíveis respostas a esses questionamentos e claro, façam emergir outros, é necessário compreendermos o macro ambiente comunicacional midiático onde essas fotografias circulam. Sendo assim, faz-se 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 artigo problematizar: a) o modo como o ambiente midiático do contemporâneo sugere amplamente um imaginário onde a visibilidade impera, cuja consequência direta é b) a retirada (abstração) do corpo que cede espaço à superficialidade da imagem. A partir desta articulação, sugeriremos a hipótese de uma matéria mítica narcísica presente nos ambientes midiáticos contemporâneos sob a forma de mitologema, o qual se encarna estruturalmente no imaginário midiático, cujo sintoma é o gesto fotográfico selfie.

■ O AMBIENTE MIDIÁTICO E O BAILE DE MÁSCARAS IGUAIS

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 autor 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 o autor, o mundo das imagens – e não mais o mundo físico quadridimensional – torna-se o horizonte de orientação.

E nessa bolha de imagens 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 disseminação tendem a encobrir os lastros simbólicos profundos contidos em suas múltiplas camadas. A caverna imaginal, como afirma Kamper, 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. Assim, configura-se uma prisão de espelhos imanente 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*, aborda criticamente o mundo das imagens midiáticas^[8] que, segundo o autor, nos cerca e empareda a perspectiva visual. Além de *imaginário*, o autor emprega o conceito de órbita para descrever tal ambiente, e aqui é importante refletirmos sobre a precisão conceitual.

Coube a Johannes Kepler (1571-1630), célebre cientista do século XVII, descobertas importantes sobre movimentos da mecânica celeste, em especial a revelação de que as “órbitas dos planetas não são perfeitamente circulares, mas sim elípticas” (ÁVILA, 1989, p. 1), a qual auxiliou no desenvolvimento das chamadas Leis de Kepler. Em uma época cujas fronteiras entre astrologia e astronomia misturavam-se, o astrônomo observou e estudou os movimentos planetários, descrevendo-os como elípticos que se configuram como “trajetória curva descrita em torno de dois pontos fixos sob influência de alguma força” (MOURÃO, 1988, p.261). Interessamos notar aqui as ações do movimento elíptico de um corpo ao redor de outro, recuperando inicialmente a etimologia da palavra *elipse*, cuja origem do grego *élleipsis* (ἐλλειψη) remete a “não alcançar, deixar de fora” (CUNHA, 2010, p. 238). O movimento elíptico configura uma órbita imperfeita (do latim *orbis*, círculo) em torno de algo, porém, sem tocá-lo. É o movimento dos planetas ao redor do sol que serviu de inspiração a Kamper (2016) para refletir sobre a dinâmica da imageria contemporânea em sua relação com as pessoas e com o ambiente midiático que as agasalha. Diante dessa imensa órbita imaginária que encerra nossa perspectiva visual, estaríamos, portanto em movimento contínuo e sem tocá-las, e assim, apenas presos em suas superfícies imanentes?

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 superficialidade imagética. Leva-se uma vida diante de espelhos de nós mesmos, o *continuum* temporal, a dinâmica da vida e seu devir de transformação tendem a ser 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 (*Erfahrung*)^[9]. Progressivamente, a celeridade técnica e dos ritmos biossociais - sob os quais o imaginário midiático está submetido e também submete seus atores - coloniza e pasteuriza universos de experiência.

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), ou seja, o corpo abstraído de suas singularidades. 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 às 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 visual. 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^[10] 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 espelho autorreferente. As máscaras (personagens) são padronizadas e reproduzem imagens em abismo, é a vertigem do eco infinito, “deixam de lado a unicidade para nos fazer parecermos todos iguais” (PERSICHETTI, 2013, p.163). De um *display* para a construção da alteridade como função biossocial, o rosto transmuta-se em máscara autorreferente do eu-mesmo. “há uma inflação de ‘eus’ que se dispersam em infinitas imagens de ‘eus’”. (BAITELLO JÚNIOR, 2019, p.94).

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 midiática, 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^[11] (BELTING, 2017, p.176).

Nessa festa imaginária e perpétua a que Belting faz referência – mediosfera/órbita imaginária - a replicação dos rostos por meio das selfies busca avidamente a confirmação de um *eu* que anseia visibilidade. Dialogando com a citação anterior, é possível ainda refletirmos sobre a intersecção entre as esferas pública e privada, que tem como consequência a espetacularização da intimidade, a transparência total do eu como demonstrou Sibilia (2008), sob o conceito de extimidade.

As 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 (quantas selfies uma pessoa faz para que seja postada apenas uma?). São produzidas visando *likes*, comentários e uma visibilidade que não raro 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. O rosto torna-se imago, uma máscara, que na “festa imaginária e perpétua”, são acessórios quase idênticos entre os seus participantes. Em vez da inventividade dos bailes de máscara de outrora, neste aqui elas são padronizadas. Não há enigma, pois 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 das máscaras séléficas, 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 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 próprias virtudes e predicados.

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*^[12]. Preocupada com a descomida 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, dentre 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. Nas raízes arcaicas do conhecido mito grego, Frazer (1887) aponta proximidades em narrativas dos indianos, melanésios e zulus. Na história destes:

Diz-se que há uma besta na água que pode capturar a sombra de um homem; quando este olha para a água ela traga sua sombra; o homem não quer mais voltar; mas tem grande desejo em entrar na água. Parece a ele que não há perigo ou morte na água; é como se ele fosse encontrar a verdadeira felicidade onde não há perigo; daí, ao entrar, ele morre nas profundezas sendo comido pela besta, que não foi vista de início, mas sim quando o pegou; então é dito ‘em verdade sua sombra foi capturada, ele não mais pode ver, sua visão está preta, ele não mais pode enxergar nada; o seu modo de ser causou a desgraça’^[13](FRAZER, 1887, p.344).

Entre os melanésios, ainda segundo Frazer, também há uma narrativa em que pessoas que olham fixamente para a água em uma piscina natural de um riacho tem sua sombra roubada por um espírito maligno que habita as profundezas da água, e este aprisionamento se dá por meio do reflexo na água. Feito esta correspondência entre o mito de Narciso e outras narrativas arcaicas, poder-se-ia pensar, metaforicamente, em relações entre sua estrutura, o gesto fotográfico selfie e 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.

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 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 elucida 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, a partir de Eco e Narciso, 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 proações 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 (será que essa metáfora ligada à água não 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. O corpo torna-se abstraído em superfície imagética.

As selfies, com sua gestualidade típica do espelhamento da auto-foto reberveram o mitologema do jovem Efebo, mas é *apenas um* dos movimentos narcísicos de uma sociedade midiaticizada 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 no macroambiente comunicacional da 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 *voce*, 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 *voce* 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.

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, uma “paralisia frenética” tal como formulou Virilio (1998). Na órbita imaginária inundada pelas imagens solarizadas da mídia não há corpo, pois este foi abstraído em padrões, medidas e trejeitos específicos plasmados nas selfies. O encantamento é pelo reflexo de câmeras-espelho dos smartphones, pela *imago*. Paradoxalmente, diante de milhões de rostos da onda sélfica, não há o rosto, pois este apenas imita máscaras cuja visualidade é constantemente ajustada à visibilidade mimética e homogeneizada da órbita imaginária.

Sendo o imaginário midiático uma superfície espelhada, não há lugar para o outro. A natureza sélfica 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 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 um baile de máscaras homogeneizadas e de contínua duração.

REFERÊNCIAS

ÁVILA, Geraldo. *Kepler e a órbita elíptica*. Disponível em: <http://www.ime.usp.br/~pleite/pub/artigos/avila/rpm15.pdf>. Acesso em 26/06/2019.

BAITELLO JR, Norval. *Existências penduradas: selfies, retratos e outros penduricalhos*. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2019.

_____. *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.
- BENJAMIN. *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018.
- BOECHAT, Walter. *O mito na teoria e na prática da psicologia analítica*. 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.
- CUNHA, Antônio Geraldo da. *Dicionário etimológico da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Lexicon, 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 sêlfica in Revista Zum*, n°11. Páginas 52-63. São Paulo: Instituto Moreira Salles, 2016.
- FRAZER, J. G. "The Legend of Narcissus." *The Journal of the Anthropological Institute of Great Britain and Ireland*, vol. 16, 1887, pp. 344-344. JSTOR, www.jstor.org/stable/2841524. Accessed 24 Feb. 2020.
- 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.
- HEILMAR, Alex F. *Imagem e imaginação: aproximações entre a ciência da imagem de Hans Belting, a antropologia histórica de Dietmar Kamper e a filosofia budista vajrayana*. Tese de doutorado PPGCOS/PUCSP. São Paulo: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/22402>.
- 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. 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. Acesso em: 20 de abril 2019.

_____. *Imagem*. 2002. Disponível em: 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.

MOURÃO, Ronaldo Rogério de Freitas. *Dicionário enciclopédico de astronomia e astronáutica*. Rio de Janeiro: Ed. Nova Fronteira/CNPq, 1988.

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.

-
- [1] A pesquisa sobre o tema e a confecção deste artigo foram realizadas mediante bolsa de pesquisa concedida pelo Centro Interdisciplinar de Pesquisa (CIP) da Faculdade Cásper Líbero no ano de 2019, aos quais, formalmente, agradeço o apoio.
- [2] 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.
- [3] Lançado em 2010, o Instagram é uma rede social que permite o compartilhamento de fotos e vídeos sobre os quais os usuários podem aplicar efeitos prontos (filtros) de edição. Em 2019, segundo o Facebook, empresa proprietária do Instagram, cerca de 800 milhões de pessoas em todo o mundo usam o aplicativo, que cada vez mais se populariza como veículo de publicidade para empresas e serviços. Fonte: <https://canaltech.com.br/empresa/instagram/>. Acesso em 08/03/2020.

- [4] 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>
- [5] 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.
- [6] Os trechos citados da obra de Gunther Anders foram traduzidos pelo prof. Dr. Alex Florian Heilmar e estão presentes em sua tese de doutorado.
- [7] Principalmente a partir de 2018/19, 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>. Acesso em 05/12/2019.
- [8] 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.
- [9] Para Benjamin (2018) a experiência se caracteriza como a agregação do vivido. Trata-se de uma apropriação do vivenciado com auxílio de narrativas fixadas na memória e à luz dos horizontes de expectativa. Com a clivagem do mundo da experiência quadridimensional para o mundo bidimensional das imagens, estas tornam-se pasteurizadas e descontextualizadas. Defendemos, nesse sentido, que as *selfies* atuam como *souvenirs*, rastros de proto-experiências desvinculadas entre si e não cumulativas.
- [10] Imaginário cultural é compreendido por todo um sistema de crenças e culturas que traz em si lastros míticos e simbologias profundas.
- [11] Tradução do autor
- [12] *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, e, quando o faz desperta a ira dos deuses.
- [13] Tradução do autor