

DOI: 105327/Z1519-0617201500010008



Reflexos de Narciso: traços do arquétipo mítico-psicanalítico nos selfies

Reflections of Narcissus: traces of the mythic-psychoanalytic archetype in selfies

Michel de Oliveira¹

RESUMO A reflexão aqui apresentada propõe uma interpretação dos *selfies* a partir do referencial mítico-psicanalítico da figura de Narciso. Busca identificar de que maneira o arquétipo narcísico está presente no cerne do autorretrato contemporâneo, modelo amplamente replicado nas redes de relacionamento da internet. Fundamenta-se em um recorte teórico que se contrapõe à ideia equivocada de que o narcisismo é a exacerbação do amor-próprio, apresentando esse comportamento como o culto à autoimagem idealizada em detrimento do verdadeiro *self*. Discute, ainda, como a facilidade da produção fotográfica inseriu a imagem fixa no contexto da sociedade do espetáculo.

PALAVRAS-CHAVE *selfie*; narcisismo; cultura visual; sociedade do espetáculo.

ABSTRACT The reflection presented here proposes an interpretation of 'selfies' from the mythical-psychoanalytic approach of Narcissus's character. It seeks to identify how the narcissistic archetype is present at the core of contemporary self-portraits, a widely replicated model on social networking websites. It is based on a theoretical framework that diverges with the mistaken idea that narcissism is the exacerbation of self-love, exposing this behavior as the cult of self-image at the expense of the true Self. It also discusses how the ease of photographic production inserted the still image in the context of the society of spectacle.

KEYWORDS *selfie*; narcissism; visual culture; society of the spectacle.

¹ Mestrando em Comunicação e especialista em Fotografia: Práxis e Discursos, ambos pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: michel.os@hotmail.com.br



INTRODUÇÃO

Com as mudanças tecnológicas, as corpulentas câmeras fotográficas foram reduzidas a pequenos dispositivos. O menor peso do equipamento e a facilidade de manuseá-lo possibilitaram maior liberdade aos fotógrafos, que puderam desbravar o mundo como *voyeurs* da História e do cotidiano. Essa miniaturização, aliada a evoluções físico-químicas e a interesses mercadológicos, provocou gradativas transformações na produção das imagens técnicas. A fotografia, antes domínio de exímios profissionais, tornou-se pouco a pouco um atrativo para amadores.

A popularização da fotografia teve como marco o lançamento da câmera Kodak N° 1, em 1888. O equipamento, idealizado pelo empresário estadunidense George Eastman, tinha como *slogan* “você aperta o botão, nós fazemos o resto”. A iniciativa deu tão certo que, em fevereiro de 1900, foi lançada a Kodak Brownie, vendida por apenas um dólar.

A transformação do equipamento fotográfico (e sua conseqüente propagação) estabeleceu novos padrões imagéticos. Tornou-se tudo tão simples que até uma criança podia fazer fotografias, conforme anunciava a propaganda da Brownie. Segundo Medeiros (2000, p.49, grifo da autora), esse novo regime visual nasceu marcado pela agilidade:

[...] uma fotografia realiza-se depressa, e vê-se depressa: é uma *arte do veloz*. Esse aspecto tem conseqüência no que diz respeito ao retrato: este passa, com a Kodak, a ser possível de realizar em série e acessível a qualquer um.

A revolução digital, iniciada na década de 1980, instaurou outro marco na história da fotografia. Em pouco mais de 20 anos, a tecnologia foi amplamente difundida, contrariando os prenúncios de que não vingaria. Três décadas mais tarde, o digital

suplantou o antigo sistema analógico. As câmeras fotográficas ficaram cada vez menores, a ponto de serem incorporadas a aparelhos celulares e outros dispositivos portáteis, passíveis de serem carregados no bolso e manuseados com apenas uma das mãos.

Essa câmera sempre presente, aliada ao crescente apelo da visualidade, instituiu um novo regime fotográfico: o homem, pela primeira vez na história, viu-se detentor do domínio de fazer imagens irrestritamente. Tal qual aprendiz de feiticeiro, saiu pelo mundo a testar os limites desse poder de congelar o tempo. Nesse percurso, viu que a câmera poderia ser não apenas uma forma de recortar e imortalizar o mundo, mas de perpetuar o que havia de mais pessoal, a própria imagem, através de uma fotografia a ser vista e compartilhada nas redes de relacionamento da internet.

O alinhamento entre a facilidade de produção e de difusão dessas fotografias, possibilitadas por um único aparelho, fez o autorretrato, que sempre foi um gênero secundário na história da imagem (sustentado principalmente pelos anseios da burguesia), se tornar um dos principais produtos da cultura visual contemporânea. Essa prática de divulgar autorretratos em perfis de redes da internet foi nomeada pelos internautas de *selfie*¹, contração do termo *self portrait*. O neologismo foi tão difundido que acabou incorporado ao principal dicionário de língua inglesa, o Oxford, que destacou *selfie* como a palavra do ano em 2013.

1 Em inglês, o vocábulo *selfie* não tem gênero, o que provoca uma confusão no uso desse estrangeirismo em português. Convencionalmente, a palavra é utilizada no feminino, a *selfie*, como uma referência à fotografia. Neste trabalho, no entanto, o termo é grafado como masculino, em referência a autorretrato, seu equivalente na língua portuguesa. Cabe destacar que todo *selfie* é um autorretrato, mas nem todo autorretrato é um *selfie*. A lógica do *selfie* é que ele existe, primordialmente, com a finalidade de ser divulgado em uma rede social da internet.

De acordo com Medeiros (2000, p.55), “o retrato fotográfico, ‘pseudo-real’, pseudo-especular, mas, ainda assim, real e especular, vai permitir aos sujeitos jogar um novo jogo: o da inclusão mágica, de si mesmo, no olhar do Outro”. Por que mágica? Talvez pelo fato do *selfie* ultrapassar as qualidades visuais da imagem, suscitando interpretações que vão além da alteridade e da intersubjetividade dos indivíduos. Para tentar apreender esses sentidos, propõe-se a seguir um exercício de interlocução entre mitologia e psicanálise, com vistas a estabelecer uma relação entre o arquétipo de Narciso e os traços constitutivos dos *selfies*.

Da mitologia à psicanálise: um arquétipo

Na mitologia grega, Narciso é representado como um jovem de beleza fora do comum. Espantada com tanta formosura, sua mãe, a ninfa Líriope, procurou o adivinho Tirésias para saber qual seria o destino do filho. O vidente alertou que o menino teria vida longa, desde que jamais contemplasse a própria figura. Narciso cresceu indiferente aos sentimentos alheios, desprezando quem lhe devotava amor. Após ser rejeitada pelo rapaz, uma das muitas ninfas por ele enamorada rogou aos deuses que o castigasse, fazendo com que experimentasse do dissabor de não ter o amor correspondido. A prece foi ouvida por Nêmesis, deusa da vingança, que o sentenciou com tal castigo.

Certo dia, depois de uma caçada, Narciso sentiu sede e foi em busca de água em um manancial escondido no bosque. Naquela fonte, límpida como um espelho, o jovem viu seu próprio reflexo, enamorando-se por aquela bela figura. Tentou beijar a imagem na água, turvando a superfície e fazendo o reflexo desaparecer. Arrebatado por tamanha beleza — Narciso não sabia ser aquela sua própria imagem —, passou os dias a contemplar-se, sem comer nem descansar.

[...] Narciso estava mortalmente ferido, prostrado, por um amor sem esperança dirigido a um ser que era, na verdade, apenas uma imagem de sua própria criação. Nas águas da fonte mergulhou finalmente tentando alcançar a criatura que via ali refletida, e assim sua alma desceu ao reino de Plutão. Sua sombra atravessava já o sombrio rio Estige, e mesmo aí curvou-se no barco para que pudesse obter um vislumbre do ser amado nas águas escuras do rio (LANG, 2003, p. 140).

No lugar onde Narciso morreu, as ninfas encontraram uma flor branca, que até hoje leva o nome do belo jovem — a flor é estéril e venenosa. Segundo Bulfinch (2002, p.127), “nenhuma das lendas da antiguidade tem sido mais comentada que a de Narciso”. Sigmund Freud foi o principal responsável por perpetuar o mito, através de uma interpretação psicanalítica. No ensaio *Introdução ao Narcisismo*, publicado em 1914, Freud descreve o comportamento narcísico como uma perversão sexual, na qual o indivíduo só alcança o prazer através da admiração e acariciamento do próprio corpo. Uma redução dos limites do prazer ao próprio Eu. Essa perversão é fruto de uma punção egoísta, na qual o indivíduo alimenta uma mania de grandeza e o desinteresse pelo mundo exterior.

Apesar de se debruçar apenas sobre casos envolvendo o narcisismo como elemento da libido, Freud embasou a discussão inicial sobre esse comportamento. Para o psicanalista, todos os indivíduos apresentam certos traços narcísicos, elemento constituinte de uma psique de sobrevivência:

o narcisismo já não seria perversão, mas o complemento libidinoso do egoísmo do instinto de conservação, egoísmo que atribuímos justificadamente, em certa medida, a todo ser vivo (FREUD, 1977, p. 249).



Com base nessa breve apresentação do mito e da discussão sobre o surgimento do conceito de narcisismo, é possível discutir o caráter de Narciso enquanto arquétipo. Jung (2000, p.19) define o arquétipo como “tipos arcaicos — ou melhor — primordiais, isto é, de imagens universais que existiram desde os tempos mais remotos”. Ao partir dessa concepção, é possível estabelecer o arquétipo como um modelo, “formas na psique, que estão presentes em todo tempo e em todo lugar” (JUNG, 2000, p. 53).

É a partir da ideia de arquétipo que Jung lança o conceito de inconsciente coletivo, “substrato psíquico comum de natureza psíquica suprapessoal que existe em cada indivíduo” (2000, p.15). O autor destaca que o inconsciente coletivo se distingue do inconsciente pessoal pelo fato de que o primeiro não deve sua existência à experiência pessoal, sendo, portanto, inato.

Enquanto o inconsciente pessoal consiste em sua maior parte de *complexos*, o conteúdo do inconsciente coletivo é constituído essencialmente de *arquétipos* (JUNG, 2000, p.53, grifos do autor).

Na concepção de Jung (2000, p.17), o mito e o conto de fadas são formas de expressão do arquétipo, cunhadas de modo específico e transmitidas através de longos períodos de tempo.

Neste ponto, é possível aproximar o arquétipo de Narciso de uma realidade contemporânea: o culto da autoimagem. Antes de aprofundar essa discussão, no entanto, faz-se necessário introduzir o termo *self* enquanto conceito psicanalítico. Em uma acepção geral, o *self* (o Eu) é o que define o indivíduo na sua subjetividade. Para Lowen (1983, p. 36-37), o *self* é a percepção ampla da personalidade enquanto parte constituinte do corpo. “O ego não é o *self*, embora seja a parte da personalidade

que o percebe”. O autor defende a tese de que o narcisismo é uma negação do verdadeiro *self*:

O narcisismo descreve uma condição psicológica e uma condição cultural. Em nível individual, indica uma perturbação de personalidade caracterizada por um investimento exagerado na imagem da própria pessoa à custa do *self*. Os narcisistas estão mais preocupados com o modo como se apresentam do que com o que sentem. De fato, eles negam quaisquer sentimentos que contradigam a imagem que procuram apresentar (LOWEN, 1993, p. 9).

Enquanto condição cultural, Lowen (1993, p. 8-9) pontua que o narcisismo do indivíduo corre a par com o da cultura: “Modelamos nossa cultura de acordo com nossa imagem e, por sua vez somos modelados por essa cultura”. Dessa maneira, o narcisismo pode ser analisado sob duas óticas: uma clínica, como condição individual, e outra antropológica, enquanto recorte cultural. Ainda que ambas estejam intrincadas, o recorte principal empregado neste trabalho será o comunicacional de viés antropológico, visto que não se trata de uma análise psicanalítica, mas, sim, de um exercício de compreensão dos traços narcísicos do *selfie* enquanto fenômeno cultural.

Narciso e Medusa: metáforas de máscaras e espelhos

É que Narciso acha feio o que não é espelho²

Para os gregos, contemplar a própria imagem era prenúncio de má sorte. Narciso e a Medusa

² *Sampa* (composição Caetano Veloso). In: Muito – Dentro da estrela azulada. Polygram, 1978. Faixa 7.

metaforizam bem essa crença. O primeiro, ao desfalecer enamorado pelo próprio reflexo, demonstra a alienação do próprio *self*.

Narciso conhece-se sem se reconhecer, imaginando a alteridade do Outro a partir do reflexo de si próprio. Mas também só ama porque esse Outro é a imagem de si próprio [...]. Narciso parece preso de ordens contraditórias, que são o indício do paradoxo “narcísico”: aquele que não ama ninguém está condenado a amar-se apenas a si próprio, e por essa razão, a não possuir (como alteridade) o objeto do seu amor (MEDEIROS, 2000, p. 64).

Não é coincidência o nome Narciso ter o mesmo radical da palavra narcótico, do grego *narke*, que significa entorpecido. O jovem, entregue ao torpor da vaidade, foi incapaz de reconhecer a sua imagem refletida no lago. Lacan (1998) denomina de estágio do espelho o período em que a criança passa a ser capaz de reconhecer o próprio reflexo, fato que se dá entre o sexto e o 18º mês de vida. Esse processo é fundamental para a individuação da criança:

ela experimenta ludicamente a relação dos movimentos assumidos pela imagem com seu meio refletido, e desse complexo virtual com a realidade que ele reduplica (LACAN, 1998, p. 97).

A partir dessa conceituação, é possível afirmar que o mito de Narciso representa um estágio primário, no qual o indivíduo é incapaz de decodificar sua imagem no espelho devido a sua imaturidade emocional. Na prática, isso se desenvolve como culto a uma autoimagem fantasiada em detrimento do próprio *self*.

[...] o narcisista identifica-se com a imagem idealizada. A autoimagem real se perdeu. [...] Os narcisistas não

funcionam em termo de autoimagem real, porque esta lhes é inaceitável. Mas como podem ignorar ou negar sua realidade? A resposta é que não olham diretamente para o *self*. Há uma diferença entre o *self* e sua imagem, tal como há entre a pessoa e seu reflexo no espelho (LOWEN, 1993, p. 17).

O referencial do espelho também se faz presente no mito da Medusa, monstro que transformava em pedra qualquer um que o olhasse nos olhos. Incumbido de matar a mulher com cabelos de serpente, Perseu se valeu do escudo de Atenas, polido como um espelho, com o qual pôde cortar a cabeça da Medusa olhando para o reflexo, e não para sua face. Dubois (2010, p. 147) aproxima a metáfora da Medusa do ato fotográfico. Segundo ele, os olhos do monstro mitológico e a câmera são responsáveis por congelamentos, petrificações, pequenas mortes. Para o autor, a noção de instante instaura outra conexão entre o mito e o fazer fotográfico. Perseu teve que cortar a cabeça da Medusa no momento preciso em que ela via seu próprio reflexo no escudo:

Essa noção de instante, com o vazio que constitui seu oco, é decerto importante. Basta refletir nisso: para que a espada de ouro de Perseu, cortante como uma navalha, possa decapitar efetivamente a Górgona, é necessário que a última não tenha se transformado em estátua de pedra, sob a pena de a arma se estragar seriamente (DUBOIS, 2010, p. 150).

A ação de Perseu é análoga à do fotógrafo. O clique dispara o corte do obturador — a espada que decepa a cabeça da Medusa — transformando o instante em um recorte estático, petrificando-o, tal qual o monstro mitológico.



No contexto desse mito, o escudo-espelho tem papel fundamental: ele intermedia a visão, olha-se para o reflexo da Medusa, e não diretamente para ela. Do mesmo modo, ao olhar uma fotografia, vê-se um reflexo, um recorte do real, a emanção luminosa de algo que existiu e que passa a coexistir como imagem.

Decepada, a cabeça da Medusa, antes mortífera, tornou-se uma máscara (no relato mítico, dada de presente a Atenas, que a colocou como adorno de seu escudo). A ideia de máscara é bastante forte nesse mito. Lang (2003, p. 92) descreve a Medusa como “[...] uma máscara grotesca que encarava o mundo, um horror ante o qual todos se quedavam aterrorizados e mudos”. Dubois (2010, p. 149) também utiliza o referencial de máscara quando relata a chegada do herói à caverna da Medusa:

Perseu cruza em seu caminho com todos os tipos de figuras, homens e animais, petrificados, mumificados, transformados em figuras, em máscaras, em estátuas.

Nas duas representações míticas, a sentença por contemplar a própria imagem é a mesma: a morte. Narciso e Medusa foram vítimas de si mesmos, golpeados pelo próprio olhar. A metáfora da morte em Narciso é apresentada como consequência da devoção à autoimagem, o que se dá, de fato, com os narcisistas. Mas ao contrário do mito, em que a morte é física, para eles a morte acomete o verdadeiro *self*:

[...] o espelho, que em diversas culturas significa revelação, conhecimento, iluminação, aqui é o elo que compele o sujeito para a morte, revelando a associação entre auto-contemplação narcísica e retorno fusional ao Uno, à destruição da sua identidade (MEDEIROS, 2000, p. 64).

Esse espelho de contemplação narcótica reflete uma imagem distorcida: “ao olhar sua imagem dissolvida na água, Narciso vê o rosto de Medusa: uma face desfigurada, despersonalizada e fragmentada” (BARBON, 2012, p. 11-12). A identidade esfacelada faz com que o dispositivo da máscara instituída pela Medusa seja utilizado como elemento encobridor do *self*.

A dissimulação do Eu encontra nos *selfies* um meio eficiente para sustentação da autoimagem idealizada do narcisista. Conforme relata Medeiros (2000, p. 78),

o rosto é o lugar do esgar e da convulsão histerica, sintomas do confronto do sujeito com as fronteiras da sua identidade. É o lugar da relação incrédula e esquizoide com o espelho.

Não é à toa que o espelho é elemento recorrente nos *selfies*. É através desse reflexo especular que o indivíduo pode se ver e escolher o que julga ser a melhor máscara para apresentar ante a plateia das redes virtuais. Narciso e Medusa se encontram como metáfora ante a superfície vítrea: enquanto o primeiro se detém à contemplação do próprio reflexo, a segunda mortifica o instante, congela o tempo.

Todos nós, atores e espectadores igualmente, vivemos cercados de espelhos. Neles, procuramos a segurança quanto à capacidade de cativar ou impressionar outras pessoas, ansiosamente procurando por manchas que possam prejudicar a aparência que desejamos projetar (LASCH, 1983, p.124).

O *selfie* é, ao mesmo tempo, espelho e máscara: um duplo Eu especular, estático, petrificado em uma imagem que se presta às mais diversas

encenações, como as antigas máscaras do teatro grego. O *selfie* possibilita à pessoa que se autorretrata a construção de personagens, de caricaturas. Uma exposição ao Outro do que avalia ser a melhor representação de si. Medeiros (2000, p. 50) comenta que o retrato fotográfico confronta o sujeito com o horror e o fascínio de uma imagem especular fixa, da qual ele não pode fugir. E acrescenta: “mas esse facto abre-lhe o acesso a todas as especulações sobre o seu Eu, fornecendo-lhe um espelho ‘manuseável’”.

Deslocamento do reflexo: do lago às telas

A subsistência do arquétipo de Narciso³ está intimamente ligada ao regime de visualidade contemporâneo: é preciso o olhar constante para o objeto de admiração. Se antes Narciso se via refletido na superfície espelhada do lago, hoje se assiste nas inúmeras telas que o circunda. *Smartphones, tablets*, computadores, televisores e diversas outras superfícies projetam sua autoimagem idealizada — objeto de devoção.

As telas — sejam de computador, da televisão, do celular, da câmera de fotos ou da mídia que for — expandem o campo de visibilidade, esse espaço onde cada um pode se constituir como uma subjetividade alterdirigida. A profusão de telas multiplica ao infinito as possibilidades de se exibir diante dos olhares alheios e, desse modo, tornar-se um *eu* visível (SIBILIA, 2008, p. 111, grifo da autora).

³ Neste tópico, Narciso é apresentado enquanto metáfora e alegoria, referindo-se, genericamente, ao indivíduo como narcisista social, cujo cotidiano está direcionado aos espaços de visibilidade contemporânea — a exemplo das redes sociais da internet —, os quais servem a ele como cenário para encenações, discussão que será abordada mais detalhadamente no tópico seguinte.

No universo virtual da internet, o *selfie* torna-se alvo de um duplo olhar: o do indivíduo e o do Outro. Narciso não está mais sozinho. E ele o sabe. Justamente por isso, dedica-se à manutenção de um reflexo impecável. Para Lowen (1983, p. 40), “é um sinal da tendência narcisista de nossa cultura que as pessoas tenham se tornado super envolvidas com suas imagens”.

Essa devoção ao reflexo de si é um dos motivos que impulsiona a avalanche de *selfies* e de fotografias na internet. Existir, nas redes, preconiza virtualizar-se, ou seja, transmutar a matéria corpórea em códigos computacionais. Para o Narciso contemporâneo isso é possível graças às máquinas produtoras de imagens digitais — sejam elas fixas ou em movimento. Antes mesmo de a internet ser difundida, Vilém Flusser já prenunciava que para existir em um ambiente baseado na visualidade era preciso portar-se imgeticamente:

Estar no universo fotográfico implica viver, conhecer, valorar e agir em função de fotografias. Isto é, existir em mundo-mosaico. Vivenciar passa a ser recombinar constantemente experiências vividas através de fotografias. *Conhecer* passa a ser elaborar colagens fotográficas para se ter “visão de mundo” (FLUSSER, 2009, p. 66, grifos do autor).

Medeiros (2000, p. 50) amplia essa discussão quando argumenta que “a imagem parada é sempre perturbante: ela nega o movimento, a mobilidade e plasticidade do Eu, a possibilidade do arrependimento e do remorso, ele nega sobretudo a afirmação da vida, porque nos transforma em *coisas*”. Segundo a autora, essa “coisificação” não é apreendida de forma direta, pois o retrato fotográfico além de especular é ilusório. Por sua natureza estática, a fotografia permite ainda uma contemplação direta, na qual os olhos passeiam sobre a superfície do retrato.



No ambiente virtual, o *selfie* e outras representações do indivíduo se instauram como símbolos de presença. São delimitadores de espaço e posse, como os retratos nas lápides de cemitério. Nesse cenário, Narciso sofre um grande dilema, pois a autoimagem idealizada que constrói é exposta ao escrutínio público. Antes solitário, a contemplar-se na beira do lago, coloca-se diante de inúmeros olhares (seriam de outros Narcisos?), ainda que invisíveis. Uma espécie de olho onipresente, que o avalia e o julga. Além de agradar a si, é preciso encenar algo que conquiste o Outro, pois Narciso não aceita críticas.

A necessidade de projetar e manter uma imagem força a pessoa a impedir que chegue à consciência qualquer sentimento que conflite com a imagem. O comportamento que possa contradizer a imagem é racionalizado em função da imagem (LOWEN, 1993, p. 53).

Nas redes e aplicativos de relacionamento, as curtidas e comentários positivos são, para Narciso, o sinal de aprovação que ele tanto precisa. Estabelece-se, assim, uma relação de simbiose: Narciso oferece sua face, sua máscara fotográfica, seu *self* encenado — um *selfie*? — com o objetivo de receber em troca a aprovação — os *likes* —, equivalentes às palmas do teatro.

Do teatro grego à arena virtual: encenações

Os *selfies*, como máscaras do Eu, servem às mais diversas representações. Nas redes de relacionamento da internet, encontraram o cenário ideal para encenações. Os antigos ritos e momentos especiais que eram registrados nos retratos analógico deram lugar a uma exibição espetacular do cotidiano. Frequentemente, o que se vê nessas

redes são recortes teatralizados da intimidade, ou êxtimidade, “que consiste em expor a própria intimidade nas vitrines globais da rede”, conforme define Sibilia (2008, p. 13).

Essa êxtimidade é decorrente dos acirramentos e reverberações da sociedade do espetáculo, conceituada por Guy Debord (2002). Nesse contexto social, “tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 2002, p. 13). Em seu quarto aforismo, apresenta uma das definições de espetáculo: “Não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 2002, p. 14).

Apesar de ter sido cunhada na segunda metade da década de 1960, essa definição mostra-se bastante atual para compreender atuação do indivíduo nos domínios da internet como um regime espetacular: a interação na rede é, basicamente, mediada por imagens. Ainda segundo Debord (2002, p. 18),

quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico.

Hipnótico, enquanto estado de inconsciência do indivíduo, apresenta-se como analogia do torpor narcísico. Por estar entorpecido, o narcisista transfere seus anseios, desejos e medos para as imagens, transformando-as em encenações.

A alienação da realidade e o consequente reposicionamento das imagens técnicas em seu lugar fizeram com que os espaços virtuais fossem ocupados por registros de um cotidiano ficcional. Essa é uma das motivações inconscientes que fazem os usuários encararem as redes de relacionamento como uma espécie de diário, narrando cenas corriqueiras como um enredo.

Mas, ao contrário dos antigos diários escritos a pena ou a caneta, os diários digitais são formatados em moldes midiáticos. Para Sibilia (2008, p. 112, grifo da autora) essas

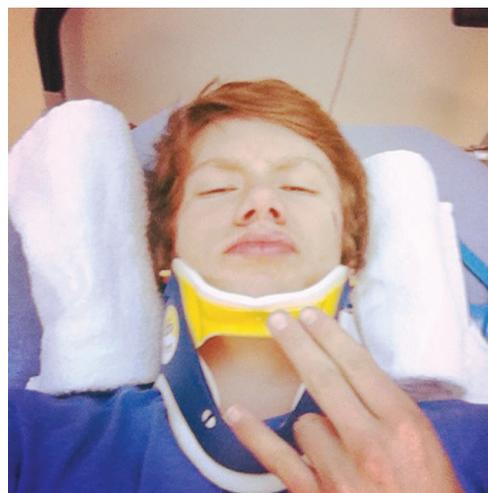
tendências exibicionistas e performáticas alimentam a procura de um efeito: o reconhecimento nos olhos alheios e, sobretudo, o cobiçado troféu de ser visto. Cada vez mais, é preciso *aparecer para ser*.

A autora destaca que houve uma inversão no paradigma do realismo clássico: se antes a motivação era inventar ficções que parecessem realidade, agora a ânsia se volta para invenção de realidades que parecem ficção. Nessa trama, o indivíduo aparece como personagem central de um enredo espetacularizado. A fim de atrair os olhares, tudo é válido. Até um acidente ou enfermidade, que outrora era causa de resignação e tristeza, hoje é motivo de exposição nas redes virtuais da internet (Figura 1)⁴.

[...] as tendências de exibição da intimidade que proliferam hoje em dia — não apenas na internet, mas em todos os meios de comunicação e também na mais modesta espetacularização diária da vida cotidiana — não evidenciam uma mera invasão da antiga privacidade, mas um fenômeno completamente novo (SIBILIA, 2008, p. 77).

O que era tratado como banal tornou-se motivo dos *selfies*: uma ida à academia ou ao supermercado, o

4 Os *selfies* apresentados neste trabalho têm como objetivo principal exemplificar imagetivamente algumas das questões abordadas ao longo do texto. Essa explicação se faz necessária, uma vez que não cabe aos limites deste estudo elaborar análises detalhadas sobre as imagens, bem como do contexto em que foram divulgadas. Situações que podem ser desdobradas em pesquisas futuras.

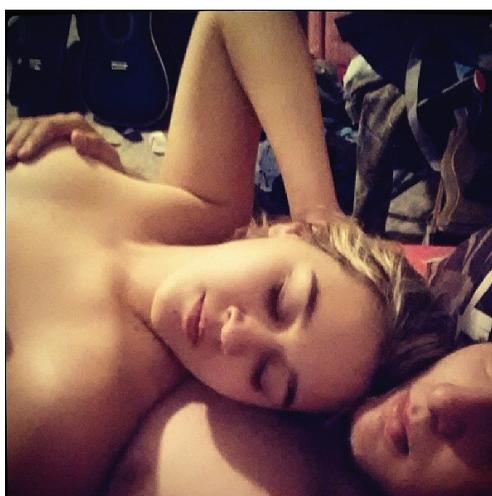


Fonte: Reprodução/Instagram

Figura 1: Exemplos de *Hospitalselfies*

instante antes de dormir, o ato de escovar os dentes ou a lavagem do carro. É a valorização do instante fútil como elemento do enredo midiático que se tornou a vida. Muitos *selfiers*⁵ não têm limites, transformam em espetáculo até mesmo situações que deveriam causar constrangimento. Nem mesmo o pós-sexo é um instante a ser partilhado apenas a dois, mas para ser compartilhado na rede (Figura 2).

5 Neologismo usado para designar o indivíduo que se dedica à prática do *selfie*.



Fonte: Reprodução/Instagram

Figura 2: Exemplos de *Aftersexselfies*

Os novos tempos parecem ter varrido os velhos pudores, resquícios daquele tempo em que a sexualidade do casal — e, sobretudo, a nudez e a prezada honra das senhoras esposas — era resguardada do olhar alheio com sumo recato protegida na privacidade do lar por paredes sólidas e opacas (SIBILIA, 2008, p. 213).

Se para alguns a exibição de momentos íntimos não é mais motivo de vergonha, para muitos outros *selfiers* o corpo é objeto de culto e devoção,

instrumento para suscitar o desejo do Outro. Segundo Medeiros (2000, p. 91),

a fotografia cria, precisamente, uma relação entre o olhar e o corpo — a imagem do corpo — que torna este ilusoriamente presente, e, por conseguinte, ilusoriamente possível.

Presença e possibilidade, aliadas à imposição das imagens do Eu ante o Outro, sustentam um jogo de ver e mostrar; é como se, no mesmo espaço virtual, se encontrassem o exibicionista e o *voyeur*. Não é preciso mais a fresta da fechadura, tudo está exposto nas telas.

Essa crescente exposição do cotidiano transforma as redes sociais em uma feira imagética, na qual o corpo jovem e bem torneado é divulgado e apreciado como uma mercadoria. O corpo orgânico, emaranhado complexo de sistemas, é transmutado e simplificado como imagem. Se a imagem é superfície, o corpo-imagem tende a também ser superficializado, perdendo profundidade. Esse entendimento é a base do pensamento de Flusser (2008, p. 17) sobre a superficialidade imagética: “As imagens abstraem, portanto, a profundidade das circunstâncias e as fixam em planos, transformam a circunstância em cena”.

Isso faz com que os *selfies* e outras representações imagéticas contemporâneas estejam inseridos em uma lógica de consumo. De acordo com Oliveira (2014, p. 14), a excessiva produção e divulgação de imagens preconizam essa demanda consumista:

Há mais imagens sendo produzidas do que a demanda de olhares. Por mais que os olhos tenham sido treinados à gula, são incapazes de digerir o que lhes é oferecido diariamente nas telas e superfícies.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por muito tempo, a fotografia foi considerada como uma forma de ver o Outro, um aporte para “conhecer” o mundo ou regressar ao passado das lembranças. O que agora se vê, com os *selfies*, é uma fotografia que não aponta para além. Está virada para o indivíduo, como um espelho, a refletir sua própria imagem. Assim como Narciso, muitos são os que se olham na superfície das telas conectadas à internet.

A prática do *selfie*, decorrente da exacerbação do consumo e do espetáculo, é repetida indiscriminadamente. O ato de mirar a câmera fotográfica para si tornou-se comum. Esse olhar-se, no entanto, não representa uma ação de introversão na qual o indivíduo mergulha em si para melhor compreender-se. Ao contrário, as imagens parecem descoladas da realidade interior e, muitas vezes, dissimulam a não aceitação de si com a exposição exacerbada através de encenações cuidadosamente moldadas aos padrões midiáticos das redes.

No cenário virtual, Narciso reflete sem refletir. Mas até mesmo essa alienação do senso crítico e da autoconsciência se impõe como um traço do comportamento narcísico: decorrente do entorpecimento e da indiferença. Muitos dos indivíduos deste tempo se preocupam mais com construção e projeção de uma autoimagem idealizada de si do que com o cuidado e aprimoramento do *self*. Talvez por isso, uma das maiores crises do homem contemporâneo em face da virtualidade seja a inadequação das máscaras às demandas internas da subjetividade.

REFERÊNCIAS

BARBON, Lilia. Narciso encontra Medusa: fotografia, autorrepresentação e estranhamento. In: *Anais do*

VII ciclo de investigações PPGAV – Udesc, 2012, Santa Catarina. Disponível em: http://ppgav.ceart.udesc.br/ciclo7/14-Narciso_encontra_Medusa.pdf. Acesso em: 6 mai. 2014.

BULFINCH, Thomas. *O livro de ouro da mitologia: histórias de deuses e heróis*. 26ª ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

DUBOIS, Philippe. *O ato fotográfico e outros ensaios*. Campinas: Papirus, 1993.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da caixa preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2009.

_____. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

FREUD, Sigmund. Introdução ao Narcisismo. In: *Obras Completas de Sigmund Freud*. Rio de Janeiro: Delta, vol. VII, 1977.

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

LACAN, Jacques. *Escritos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.

LANG, Jean. *Mitos universais: mitos e lendas dos povos europeus*. São Paulo: Landy, 2003.

LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.



LOWEN, Alexander. *Narcisismo: negação do verdadeiro self*. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1993.

MEDEIROS, Margarida. *Fotografia e narcisismo: o auto-retrato contemporâneo*. Lisboa: Assírio e Alvim, 2000.

OLIVEIRA, Michel de. Indigestões imagéticas: simulações e iconofagias contemporâneas. In: *Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, 4.*, 2014, São Paulo. Anais... São Paulo: ESPM, 2014. Disponível em: http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gt_seis/GT6_OLIVEIRA.pdf. Acesso em: 07 nov. 2014.

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

Reflexos de Narciso: traços do arquétipo mítico-psicanalítico nos selfies

Michel de Oliveira

Data de envio: 10 de agosto de 2014.

Data de aceite: 06 de fevereiro de 2015.

