

**Narcisismo e Redes Sociais: A Constituição da Subjetividade na Era Virtual**

**Mariane L. M. Melo e Sirlene S. C. Sacchq**

**Fernando F. S. Reis**

**Centro Universitário de Anápolis – UniEVANGÉLICA**

**Notas dos Autores**

Mariane L. M. Melo, graduanda no Curso de Bacharelado em Psicologia do Centro Universitário de Anápolis – UniEVANGÉLICA;

Sirlene S. C. Sacchq, graduada em Letras pela Uniana, especialista em Psicopedagogia pelo Centro Universitário de Anápolis – UniEVANGÉLICA, graduanda no Curso de Bacharelado em Psicologia do Centro Universitário de Anápolis – UniEVANGÉLICA;

Fernando F. S. Reis, psicólogo, psicanalista, mestre em Psicologia Social pela Universidade de São Paulo e professor universitário no Centro Universitário de Anápolis – UniEVANGÉLICA.

### Resumo

A escolha do tema “Narcisismo e Redes Sociais: A Constituição da Subjetividade na Era Virtual” foi inspirado numa busca do saber sobre a forma como os sujeitos se relacionam em uma sociedade que é movida pela tecnologia, onde a busca por relacionamentos e satisfação se dá por via das redes sociais. A necessidade do pertencimento em uma rede de pessoas que entre si possuem o mesmo objetivo: o de se sentir intenso, excitante, único, brilhante, desaparecendo o sentimento de insignificância. Fala-se de um lugar onde os sujeitos que ali se encontram, na busca por receberem elogios e se sentirem amados, acabam proporcionando isso aos outros, satisfazendo os outros para que eles lhe proporcionem prazer, mais num viés de ida e volta que pode-se considerar uma forma narcísica da cultura social. Com isso surge a necessidade de saber como essas características de uma sociedade cada vez mais tecnológica podem influenciar na constituição da subjetividade do sujeito narcísico, e se estas têm relação com as atuais experiências de vazio subjetivo e isolamento, visto que a única forma de interação é realizada por via das redes virtuais. Para nortear o presente artigo foi realizada uma busca bibliográfica numa esfera psicanalítica, constituída por livros e artigos na qual se espera uma melhor compreensão de como se dá esse processo da constituição da subjetividade do sujeito e sua relação com o outro, mais propriamente voltado às redes sociais. O narcisismo como tema operante deste artigo é um conceito complexo, que segundo Freud (1916 [1914]), trata-se de uma energia psíquica que sustenta o Eu permitindo o funcionamento do mesmo.

**Palavras-Chave:** subjetividade, rede social, sociedade, narcisismo

### **Abstract**

The choice of the theme "Narcissism and Social Networks: The Constitution of Subjectivity in the Virtual Age" was inspired by a search for knowledge about how subjects relate, in a society that is driven by technology, where the search for relationships and satisfaction takes place via social networks. There is the need to belong to a network of people that have the same goal: to feel intense, exciting, unique, brilliant, disappearing the feeling of insignificance. It is said of a place where the people, who meet there, searching to receive compliments and feel loved, end up giving it to others, satisfying the others so that they provide you pleasure, more in a round-trip bias, that can be considered a narcissistic form of social culture. This raises the need to know how these characteristics of an increasingly technological society can influence the subjectivity constitution of the narcissistic subject and if these are related to the current experiences of subjective emptiness and isolation, since the only form of interaction is carried out via virtual networks. To guide the present article, a bibliographical search was carried out in a psychoanalytic sphere, consisting of books and articles, in which a better understanding is expected of how this process of subjectivity constitution of the subject and its relation with the other occurs, more properly oriented to the networks social policies. Narcissism as the operative theme of this article is a complex concept, which according to Freud (1916 [1914]), is a psychic energy that sustains the Self, allowing the functioning of it.

**Key words:** subjectivity, social network, society, narcissism

### **Narcisismo e Redes Sociais: A Constituição da Subjetividade na Era Virtual**

A sociedade contemporânea, caracterizada pela tremenda importância das redes sociais, está mergulhada em um narcisismo que pode alcançar um caráter adoeecedor, conforme Freud (1916 [1914]), o narcisismo refere-se a uma proteção do aparelho psíquico, promovendo uma integração da imagem corporal de forma tal que o sujeito pode passar a investir libido no próprio corpo, analisando suas dimensões e proporções e descobrindo sua identidade. Desta forma, através das redes sociais os sujeitos vão constituindo sua subjetividade através do espelho proporcionado por uma vida em constante exposição. De acordo com Kallas (2016), o sujeito transforma seus desejos em imagens, alcançando relações que são sustentadas narcisicamente, ou seja, a partir da exposição e do reconhecimento. É possível falar de uma forma de existência que se pode intitular de narcisismo, visto que nesse contexto o sujeito busca relacionar-se com o outro de forma superficial, buscando satisfazer o próprio ego.

O narcisismo é compreendido como uma atitude em relação ao próprio corpo da mesma forma que se teria para um objeto externo, onde o indivíduo consegue obter satisfação em seu próprio corpo. Por conta disso é considerado uma perversão. Entretanto, Freud também postula que o narcisismo pode também existir como um complemento libidinal no curso regular do desenvolvimento sexual humano, existindo em todos os seres humanos (Freud, 1996 [1914]).

O indivíduo se divide em buscar se satisfazer e buscar satisfazer os objetos ao seu redor para que em troca o proporcionem a satisfação, para Freud (1996 [1914]), esta configuração representa uma existência dúplice dos sujeitos. Levando em conta o Instagram, é possível notar que as pessoas que ali se encontram vivem em uma eterna necessidade de elogios, o famoso troco likes denota a existência dúplice proposta por Freud. E não para somente aqui, vale lembrar que o “flertar” nas redes sociais depende de um sujeito “curtir” as fotos do outro esperando que este também lhe faça o mesmo; é o proporcionar satisfação ao outro para que este outro também lhe proporcione prazer.

Outro ponto importante a ser analisado na obra de Freud denota das primeiras apresentações narcísicas no sujeito, que logo na infância tem como primeiros objetos sexuais aqueles que se preocupam com sua alimentação (pais ou cuidadores). Transpondo para o Instagram, o que se vê atualmente é uma escolha de objetos sexuais, por meio destas, de quem tem algo a oferecer, por exemplo, quem tem muitos seguidores, tem influência nas redes,

entre outros. Desta forma, a escolha de objetos sexuais proporcionados pelo Instagram ocorre de forma narcísica.

Vale salientar que todos os sujeitos passam pelo narcisismo primário, onde, na infância, seus objetos de amor são eles mesmos e a mãe que lhe oferece cuidados. Sendo que é possível que esse narcisismo primário possa se manifestar de diferentes formas na futura escolha objetal dos adultos. Freud (1996 [1914]) ainda diferencia o tipo de escolha objetal entre os sexos feminino e masculino, afirmando que no sexo masculino ocorre uma supervalorização do que é sexual, equivalendo a uma pessoa apaixonada, o homem empobrece o próprio ego em favor do objeto amoroso.

Já em relação ao sexo feminino, a puberdade intensifica o narcisismo original e as mulheres, em especial as tidas como mais bonitas do que o normal, tendem a desenvolverem um autoconhecimento dessa beleza e superioridade social e, ao invés de favorecerem a libido objetal, favorecem a libido do ego e passam a amar a si mesmas como o objeto amoroso as amaria, realizando a escolha objetal pelos homens que as amam pôr reconhecerem sua beleza (Freud, 1996 [1914]). Este fato apontado por Freud é facilmente percebido nas redes sociais, onde a beleza perfeita é supervalorizada, tendo como ápice o sucesso das blogueiras, adoradas pelos homens e invejadas pelas mulheres.

O narcisismo observado na sociedade atual muito se refere ao individualismo também presente, onde as pessoas competem umas com as outras onde um está contra todos em busca de uma felicidade narcisista. Além disso, as ilusões de grandeza são comuns nos narcisistas contemporâneos, ilusões estas que se refletem em suas colocações nas redes sociais. Ainda que se ache poderoso, o narcisista precisa que outras pessoas validem sua grandeza, necessitando sempre ter uma audiência para lhe admirar, pois, apesar de se aproveitar de sua individualidade, ele sente-se inseguro quando não vê sua grandiosidade e autoestima refletidos nas atenções das outras pessoas. Para tanto, por vezes o narcisista precisa também se ligar a pessoas que assim como ele são tidas como celebridades e irradiam poder e carisma. Dessa forma para o narcisista, o mundo é o seu espelho que deve, para sua tranquilidade, sempre lhe devolver adoração (Lash, 1983).

O presente artigo discorre sobre o que se vivencia nos tempos atuais e a forma como o sujeito se relaciona com o outro. Por via das redes sociais o sujeito se apresenta de forma indiscutivelmente grandiosa e positiva, mostrando-se como algo bom, no objetivo de sempre ser visto e ser reconhecido. Sabe-se que o sujeito necessita de que se estabeleça uma identidade e uma autoestima de forma que se mantenha a coesão e a estabilidade do sentimento de si (Debord, 2003). O meio como esse sujeito se forma e como ele lida com esse

processo para alcançar a satisfação pessoal tem sido alvo de investigações por autores como Kallas (2016) e Debord (2003), além de Bandeira e Postigo (2015). Segundo estes últimos, a busca de relacionamentos por meio de redes sociais geralmente se dá de forma narcísica, e assim tem se revelado uma forma de como se tem buscado fazer parte de uma nova sociedade, a sociedade virtual onde as pessoas podem ver-se, ouvir-se, relatar seu cotidiano por via de um conteúdo colaborativo, vivenciado no presente desse sujeito que também pode gerar infinitas possibilidades de edições e alterações da realidade e sempre estabelecendo conexões com novos laços sociais.

Para compreender melhor o que os autores trazem, é necessário entender que existe uma contradição entre a comunidade virtual e o narcisismo, pois a primeira tem o intento de unir as pessoas em busca de uma melhor comunicação promovendo um melhor relacionamento (Acioli, 2018). Já o narcisismo pode influenciar em contrapartida a isso, do ponto de vista que ele pode impedir que as pessoas possam se relacionar de fato, pois como afirma Zigmunt Balman em entrevista a Querol (2016), as redes sociais acabam por impedir que o diálogo exista; seus usuários não procuram se unir nem ampliar seus horizontes através do encontro com o outro, pelo contrário, se escondem em zonas de conforto, onde “o único som que escutam é o eco de suas próprias vozes, onde o único que vêem são os reflexos de suas próprias caras” (p.2). Desta maneira, o narcisismo, que de acordo com Freud (1916 [1914]) é algo natural que auxilia o sujeito a investir de forma saudável sua libido, acaba se tornando, sob o viés das redes sociais, algo negativo.

Aqui, cabe compreender também de que maneira as características da sociedade estão ligadas a esse fenômeno social, ligada à constituição da subjetividade, as características da própria sociedade ou do próprio sujeito que se apresenta de forma narcísica e o que o leva a buscar reconhecimento e validação em suas atitudes por meio das redes sociais. Esta pesquisa pode ser classificada como exploratória e bibliográfica, e foi realizada por via de uma abordagem psicanalítica, lugar onde se pode obter maior familiaridade no assunto abordado de forma mais clara e precisa em relação ao estudo no qual se está interessado, bem como sua delimitação, o que nos permite uma busca mais assertiva.

É sabido que uma sociedade é construída por meio dos seus sujeitos, que participam, que constroem, que trabalham nela. E esta pode ser transformada, pode ser reproduzida, recriada dentro de um processo onde o sujeito toma sua subjetividade e a transforma em objetividade construindo relações e infraestrutura social, ou seja, o sujeito atua e participa da formação da sociedade e a sociedade também atua sobre esse sujeito, constituindo assim a

subjetividade deste (Acioli, 2018). Conforme Guimarães, “é indispensável a todo homem que necessita apropriar-se como condição básica para a vida na sociedade e na época em que vive” (Guimarães, 2002, p.29), sendo esta uma atividade intrínseca e construtiva da vida e das relações sociais, fundamenta-se assim a constituição da subjetividade do sujeito.

Observa-se que a compreensão do processo da constituição da subjetividade dos sujeitos contemporâneos, em relação ao precário e instável modo de convivência entre seus iguais, está atualmente pautada pela superficialidade comportada pelas redes sociais. Aqui, têm-se as redes sociais como cárcere para sujeitos que se sentem cada vez mais isolados e que vivem em função de procurar uma forma de satisfação, como um ser exclusivo ancorado em seu bem-estar único. “Associa-se a uma condição adaptativa – não linear, fragmentada, descontínua, simultânea, acelerada e incompleta. Experimentar é a ordem das coisas, devem ser tocadas. Eminentemente as experiências ficam cada vez mais superficiais e instáveis.” (Garcia, 2011, p.50).

Desta maneira, atesta-se como uma das características importantes da subjetividade presente na sociedade uma espécie de vazio ancorado no narcisismo, que se encontram voltados às redes sociais. Como os autores acima vem mostrando, o narcisismo que deveria ser algo positivo para a sobrevivência do sujeito, acaba por colocá-lo em uma posição de solidão desde que este passe a investir libido apenas em seu próprio ego. Obtém-se desta forma, de acordo com Kallas (2016), uma visão mais clara em relação a como se dá a constituição da subjetividade dos sujeitos, estando esta voltada para a era virtual, proliferando a ocorrência de relacionamentos tidos como superficiais. Tais relacionamentos superficiais são explicados pelo fato de a sociedade moderna demonstrar como tudo é instantâneo e vão. A cultura do vazio promove uma busca desenfreada pelo prazer e pelo poder (Debord, 2003). A todo o momento são jogadas nos sujeitos muitas novidades como celulares novos, carros novos, a própria internet, com sua rápida transformação, faz com este sujeito não seja capaz de ter seus desejos satisfeitos. Como resultado, as pessoas aumentam o consumo de forma exagerada, entrando em um ciclo vicioso de consumismo sendo guiados, muitas vezes, exclusivamente pelo inconsciente (Wilton, 2011). Segundo Bandeira e Postigo (2015), tal forma de procura descontrolada por satisfação é uma marca narcísica da cultura atual, no qual o indivíduo precisa estar sempre feliz, ainda que seja de forma superficial.

### **O Narcisismo e as Redes Sociais**

Desde o ano de 1.984, ouve-se falar em um termo que designa o universo das redes digitais, o Ciberespaço. Segundo Pierre Lévy (1999), tal termo diz respeito a um conjunto de comunidades de redes de comunicação, reunindo tudo que está ligado à internet. Esse ciberespaço é o resultado de hábitos diferentes de comunicação, sendo que através dele ocorreu uma revolução no processo de comunicação entre as pessoas. Tal comunicação tem como principal característica, de acordo com o autor, a velocidade para viajar entre enormes distâncias. Diante da perspectiva de estar em contato com o mundo de forma virtual e inovadora, o ser humano se vê independente de sua posição físico-geográfica, estando constantemente bem próximo das pessoas e das informações por meio de vídeos, imagens e textos disponíveis a qualquer sujeito.

Pierre Lévy (1999, p.92) denomina o virtual como “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Nessa perspectiva, é possível entender que se trata de uma conexão que há entre as pessoas como uma forma de se comunicar, interagindo com o outro de maneira recíproca, onde há participação e coparticipação, num modelo de evolução social, o que se denomina hoje como Rede Social. Ou seja, o atual canal que liga e interliga pessoas em um novo caminho para a comunicação e um importante e quase exclusivo local de interação e conversação, gerando uma conexão do sujeito com o outro de forma virtualizada (Lévi, 1999).

Foi no final da segunda década do século XXI que boa parte da população mundial se encontrou imersa na supremacia das redes sociais na sociedade, sendo praticamente impossível não contar com smartphones e computadores com acesso à internet para realizar as mais diversas atividades cotidianas (Wilton, 2011). Nesse meio se inserem as redes sociais, que muito além de oferecerem facilidades de comunicação e acesso a informação, como visto anteriormente, podem fazer com que os sujeitos adoeçam na busca pela adoração narcísica, onde, ao invés do narcisismo contribuir com as relações sociais dos sujeitos, acaba por impedi-las na medida em que a libido mantém-se investida no próprio ego. De acordo com Kallas (2016), os sujeitos contemporâneos cada vez mais têm a necessidade de estarem online e serem visíveis, como num espetáculo. Debord (2003, p.14) menciona sobre esse assunto citando o espetáculo não como “um conjunto de imagens, mas uma relação social mediada por imagens”, e assim o sujeito aparece como alguém que necessita de relações cotidianas que se transformem, ou seja, substituídas por representações, que de certa forma somente faria sentido se for registrada ou compartilhada pelo outro, se o sujeito se sentir amado pelo outro narcisicamente. Ou seja, assim como os bebês viviam em seu narcisismo primário sendo adorados e apreciados pela mãe, estando completamente voltados para si, já no narcisismo

secundário o objeto surge, necessitando dos sujeitos que busquem suas satisfações no outro. Tal busca pelo desejo de ser amado se finda no sentido de que ao amar o outro o neurótico ama a si mesmo (Freud, (1916 [1914])). Desta forma, de acordo com Lima et al (2015), vê-se que as Redes Sociais desempenham um papel fundamental em relação ao narcisismo secundário, na conexão do indivíduo com o outro, onde este aprende a lidar com vários grupos, pessoas e sites de informação, sendo que a partir daí surge uma genuína interação desse indivíduo com o mundo, por ser este um lugar onde o sujeito se sente à vontade para falar e expor ideias, se comunicar e conectar-se a oportunidades de apoio social.

O que então pode levar o sujeito a se envolver de tal forma diante de uma rede social? Lasch (1983, p.44) afirma que “toda cultura constrói um tipo psicológico ideal (...) erigido pela sociedade”. Freud (1996 [1914]) relata sobre o Ideal do Ego, que se refere a um conceito dinâmico, ou seja, apoiando-se sobre as pulsões dos sujeitos, desta forma, os sujeitos encontram-se em uma eterna tentativa de recuperar a perfeição narcísica obtida no período da infância, prolongando essa tentativa de modo que ela seja vista como algo a se alcançar no futuro. A origem do Ideal de Ego encontra-se nas identificações do Complexo de Édipo, a partir de então, o sujeito sempre busca novamente novas formas de identificação, encontrando nas redes sociais seus ídolos e investindo libido nesses novos modelos de identificação superficiais. Desta maneira, o Ideal do Ego pode ser compreendido como uma força pulsional que leva o sujeito para o progresso, transpondo para as redes sociais, os sujeitos a percebem como lugar de exposição e engrandecimento, onde podem conquistar os louros da fama, ainda que não sejam celebridades de fato.

Conforme afirma Lasch (1983, p. 76), “as condições sociais predominantes tendem (...) a fazer aflorar os traços narcisistas presentes, em vários graus, em todos nós. Estas condições também trabalham a família, que por sua vez modela a estrutura subjacente da personalidade”. É a partir das identificações que o ego passa a amar os objetos, quando o ego assume as características do objeto, compensando suas perdas (Freud (1996 [1914])). Desta forma, nas redes sociais os sujeitos se relacionam a partir de identificações, que, no entanto, se elevam por vezes a desejos inconcebíveis de serem realizados, as pessoas adoram algo que não podem ser e/ou desejam possuir algo que não podem possuir (Kallas, 2016). Isso porque o Instagram se baseia nas imagens para apresentar modelos de identificação narcisistas, imagens estas que nem sempre condizem com a realidade, confundindo os sujeitos que se identificam com elas.

A rede social é onde mais se percebe as características do exposto acima. Tem-se o exemplo do Instagram, que se refere a um software que tem a função de desempenhar tarefas

práticas ao seu usuário para ajudá-lo a realizar determinados trabalhos. Este aplicativo foi desenvolvido pelos engenheiros de programação Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, foi disponibilizado para o público em 06 de outubro de 2010; seus criadores tinham a intenção de resgatar a nostalgia do instantâneo que as clássicas Polaroids, câmeras de fotos instantâneas, conferiam às fotografias. Inicialmente, seus criadores idealizaram o Instagram como um aplicativo que teria diferentes funções, como compartilhar localização, imagens, vídeos, planos para a semana, entre outros. Porém, preferiram simplificá-lo para a função que consideraram mais atrativa: a fotografia (Piza, 2012).

Os usuários do Instagram têm a possibilidade de estarem em relacionamento com diversos outros usuários (do mundo inteiro), sendo possível acompanhar continuamente as atualizações das outras contas de seus seguidores. Por conta disso, é possível analisar que o Instagram elevou a exposição dos sujeitos na sociedade, e também auxiliou a diluir questões como individualidade, discrição e intimidade. A difusão das postagens deste aplicativo, conforme Kallas (2016), segue a lógica do ver e ser visto, todos os conteúdos postados podem ser vistos por qualquer pessoa. É o narcisismo sendo aderido por todos, sendo compreendido aqui, de acordo com Freud (1996 [1914]), como libido investida no próprio ego (Freud, 1996 [1914]). O narcisismo transparece com mais clareza no valor colocado em cima do número de seguidores conquistados pelos usuários do aplicativo. Este número é ligado a ideia de visibilidade, e quanto maior a visibilidade, maior o prestígio.

### **Narcisismo no século XXI – A Sociedade do Espetáculo**

É sabido que a subjetividade é constituída a partir de um processo histórico que advém das consequências de sua época ou das necessidades em que a sociedade se inclui. De acordo com Debord (2003, p. 18), “o espetáculo da imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenvolvimento é tudo. O espetáculo não quer chegar a outra coisa *senão a si mesmo*”. A partir disso percebe-se que os sujeitos presentes no Instagram têm a única intenção de se sentirem privilegiados e amados, o fim último de suas ações sempre retorna para eles mesmos.

É desta maneira, relacionando-se com os outros de forma narcísica e retornando ao período infantil no qual o sujeito era constantemente servido e adorado, que tem sido percebido, através da rede social, como este se relaciona, se expõe e se promove, sempre necessitando do outro para se sentir confortável consigo mesmo. Nesse ínterim, o Instagram tem se destacado no que diz respeito ao sujeito como aquele que busca não se relacionar, mas

relacionar-se, ou seja, algo ligado ao próprio modelo de sujeito narcísico, aquele sujeito que se importa em mostrar-se, revelar-se, oferecendo a si mesmo como um objeto real, construindo-se como um objeto ideal, a revelar-se como o outro, mas sendo ele mesmo, e isso ocorre constantemente por usuários do Instagram (Kallas, 2016).

Assim, o sujeito aparece tentando autoafirmar-se, estando incluído em uma rede social, onde de certa maneira ele se representa sob a forma de fotos e fatos sobre si mesmo, talvez pelo intuito de se reinventar ou de revelar o seu desejo naquele instante sobre o seu próprio eu, em busca de aprovação, de respeito, de aceitação, amor e felicidade, voltado à uma pseudo-necessidade de se colocar como objeto de desejo, assim como afirma Freud (1996 [1905], p.96), “a impressão visual continua a ser o caminho mais frequente pelo qual se desperta a excitação libidinosa”.

Junto a isso, os sujeitos vêm cada vez mais investindo libido no Instagram, de forma tal que estão cada vez mais empobrecidos em sua vida real, e em discordância, felizes e belos na rede social. O que pode ser analisado é que o real motivo de tudo que se é feito no Instagram discorde do objetivo pelo qual ele foi criado, como uma rede social para criar vínculos. Pelo contrário, estando os sujeitos tão imersos e gastando tamanha energia para manterem sempre com o melhor status, que não lhes sobra tempo para procurarem satisfazer seus desejos na vida real. Isso se remete aos “castelos de ar” descritos por Freud em sua quinta lição de psicanálise (1996 [1910]), ao invés de desfazer estes castelos e colocar em prática seus desejos, os usuários do Instagram preferem construir um mundo de fantasia, por vezes completamente fictício, no Instagram, ao invés de realmente viverem suas vidas.

O presente artigo compreende uma revisão bibliográfica acerca do narcisismo, com o intuito de descobrir como a subjetividade da época contemporânea, caracterizada pela soberania das redes sociais, pode influenciar os sujeitos. As concepções de narcisismo foram embasadas a partir da obra de Sigmund Freud. Além disso, para a elaboração do presente artigo debruçou-se sobre a obra de autores como Lasch (1983) e Debord (2003), ambos ilustrando a os males da sociedade por conta do narcisismo. Estudando os espaços virtuais, as redes sociais e mais especificamente o Instagram, autores como Lèvy (1999/1996) e Piza (2012) auxiliaram na elucidação da importância que este fenômeno cibernético tem na vida do sujeito contemporâneo. Freud afirma em diferentes momentos de sua obra que ele se refere a uma fase intermediária necessária entre o autoerotismo e o amor objetal (Freud, 1996 [1914]). Ainda que de extrema necessidade para o desenvolvimento da personalidade normal do indivíduo, o narcisismo também pode ser fonte de adoecimento, como visto anteriormente. O período do narcisismo deixa marcas nas futuras relações que o ego terá com os objetos

externos (Freud, 1996 [1914]), sendo exatamente neste aspecto que o adoecimento pode ocorrer, quando os usuários do Instagram passam a investir libido apenas nos próprios egos, não oferecendo importância à relação que mantém com os outros. Neste momento, faz necessário levar-se em conta que as relações ocorridas no século XXI, embasadas pelo Instagram, demonstram exatamente enormes focos e ótimos exemplos desse adoecimento em relação ao narcisismo.

De acordo com Bandeira e Postigo (2015), o cenário atual remete a uma estetização da existência e publicização do sujeito, sendo que essa cultura imagética, favorável ao investimento libidinal na sedução, fascínio e exibição, é a responsável pelo adoecimento dos sujeitos. De acordo com Debord (2003), a vida em sociedade é um acúmulo de espetáculos, sendo toda a verdade provinda das pessoas se disfarçando sob o véu da representação. Este espetáculo não se trata apenas de um conjunto de imagens, mas de uma relação social entre pessoas mediada pelas imagens. O narcisismo é observado no atual cenário cultural midiático, que segundo Bandeira e Postigo (2015), tem no culto ao corpo e na performance um objeto e a confiança de bem-estar e felicidade.

O Instagram apresenta-se como o palco principal, onde desde o início, logo na descrição do usuário do perfil, é apresentado a construção de uma identidade (às vezes diferente da original) através de um mecanismo de individuação, personalização e singularização que perpassa uma construção subjetiva dos sujeitos. As inúmeras postagens de fotos, em especial as selfs, não são nada mais do que uma incessante busca pela captação narcísica do outro, aguardando as impressões e elogios. O sujeito vai então se situando a partir do olhar do outro, encontrando com os likes uma satisfação narcísica, projetando através de imagens um ideal de como se deseja ser, construindo uma máscara para a exterioridade (Bandeira e Postigo, 2015).

As formações imaginárias organizam-se em torno do eu narcísico, sendo que a partir desse aspecto o existir por via da imagem se faz de forma que qualquer tipo de exclusão se torna insuportável. Kehl (2002) relata sobre o valor agregado à fama e a viabilidade diante das redes sociais, onde todos se acham no direito de ter esse espaço da fama de forma a colocá-la como substituto da cidadania na cultura do narcisismo e da imagem.

Desta forma, para o narcisista, o mundo é o seu espelho que deve, para sua tranquilidade, sempre lhe devolver adoração (Lasch, 1983). Sobre isso, Debord (2003) também relata sobre a vida em sociedade, sendo como um acúmulo de espetáculos, onde toda a verdade é provinda das pessoas se disfarçando sob o véu da representação. Segundo ele o

espetáculo não se trata apenas de um conjunto de imagens, mas de uma relação social entre pessoas mediada pelas imagens.

O controverso espelho da atualidade se configura no Instagram, onde os narcisistas gastam horas e dias em prol de postar a foto mais bonita, fazer *check-in* nos lugares mais sofisticados e serem amigos de pessoas, que assim como eles, transmitem a perfeição inspiradora das redes sociais. Os comprovantes de seu sucesso são os tão esperados likes, sendo este número a expressão do sucesso do narcisista, seu objetivo e sua felicidade. Horkheimer (2002), a esse respeito, fala do modo como a inter-relação desse indivíduo se dá dentro de um quadro específico, no que tange mais à uma reação ao desafio das necessidades, mais na capacidade de se tornar um participante do grupo, para ser seguro de si mesmo, impressionar os outros e vender a própria imagem. Apesar de individualista, o narcisista presente no Instagram necessita da validação de seus seguidores para manterem-se solidificados. O espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência (Debord, 2003).

O Instagram apresenta um universo irreal que busca encobrir a verdade da sociedade, o método escolhido para realizar tal empreitada é colocar a aparência em primeiro lugar, transformando-a no foco principal dos sujeitos ali presentes, um verdadeiro monopólio da aparência. Desta maneira, o mundo real é convertido através das imagens postadas no aplicativo, dando luz a um comportamento hipnótico. De acordo com Debord (2003), o espetáculo cria novas formas de se ver um mundo que já não se mostra de fácil apreensão, colocando a visão no patamar de um sentido humano privilegiado, se remetendo ao prazer da escopofilia/exibicionismo trazido por Freud (1996 [1905]).

Como se para perpetuar ainda mais o narcisismo existente, a subjetividade observada pela sociedade atual refere-se ao culto à celebridade e ao que é belo, cercando as pessoas a quem se referem essas características de encantamento e excitação. O Instagram aqui entra como ápice de intensificação dos sonhos narcisistas que os adoradores, bem como as celebridades, nutrem. A subjetividade presente em todos e atualizada frequentemente por este aplicativo é a de que a fama é possível para todos (Lasch, 1983).

Entre as características mais comumente vistas nos narcisistas nota-se a escala de valores centradas no ideal do ego e o jogo de comparações de lógica bipolar do “tudo ou nada”. Nesse aspecto, a pessoa narcisista sofre com o êxito dos outros, uma vez que, por comparação, isso represente para ele um fracasso seu (Zimmerman, 2001). Dentro da sua própria subjetividade, o sujeito percebe os instrumentos sociais como critério de avaliação de si mesmo. Observa-se também como Lasch (1983) diz que a dependência da aprovação de

terceiros e o medo dessa dependência, a sensação de vazio interior, o ódio reprimido e os desejos orais insatisfeitos, se unem como características, à subjetividade imersa na sociedade que delibera certos padrões culturais, como fascínio pelas celebridades e pelo estrelato, medo da competição e declínio do espírito lúdico, o que acaba culminando em relações deterioradas entre as pessoas. Muito além de simples egoísmo, o narcisismo é uma característica da personalidade que muito afeta o indivíduo, e, por conseguinte, a sociedade como um todo.

### **Considerações Finais**

Pode-se considerar a partir deste levantamento bibliográfico que existem aspectos que levam a entender que o sujeito não é somente constituído por um corpo, mas por uma necessidade de constituir-se, de desenvolver-se e isso ocorre a partir da sua interação na sociedade, pois este sujeito existe por causa da sociedade que também existe por causa desse sujeito. Há uma dependência do outro para que se constitua a subjetividade do sujeito. Fala-se de um movimento dialético medido por fatores voltados ao próprio sujeito como a linguagem, a interação em redes sociais, por exemplo, numa forma de atividade que constrói, transforma ou reproduz a sua própria subjetividade já inserida nessas redes sociais por meio de uma internalização desse meio social virtual, sempre em busca do prazer, da reprodução e da reificação, da satisfação narcísica, onde o ter prazer também está no processo que gera uma consciência alienada acerca do eu e do mundo, objetivando-se por meio das ações nas redes sociais.

As imagens são percepções, e, como tal, decerto possuem qualidade e despertam a consciência. É possível analisar que elas atraem considerável atenção para si. Suas qualidades, porém, não são muito marcantes nem provavelmente tão multiformes quanto o mundo externo; não estão associadas com representações de palavras; pelo contrário, elas próprias servem, em parte, às finalidades dessa associação. (Freud, 1996 [1889], p.296).

A rede social Instagram se ancora nas imagens para ofertar um por vezes inalcançável sucesso dos sujeitos comuns. Tendo a imagem como seu carro chefe, o Instagram acaba por promover relações de troca de apreciação, tendo a superficialidade como principal característica. O narcisismo é capaz de promover uma integração da imagem corporal de forma tal que o sujeito pode passar a investir libido no próprio corpo, analisando suas dimensões e proporções e descobrindo sua identidade, sendo ele um elemento fundamental para o vínculo humano. O narcisismo trata-se de uma energia psíquica que sustenta o Eu permitindo o funcionamento do mesmo. O mesmo também pode ser entendido como uma

atitude em relação ao próprio corpo, da mesma forma que se teria para um objeto externo, onde o indivíduo consegue obter satisfação em seu próprio corpo. O narcisismo, quando confrontado com as redes sociais, apresenta-se como elemento não mais positivo, mas negativo no sentido de que o sujeito se envereda em seu próprio ego, em suas próprias conquistas e sucesso, deixando de investir sua libido de forma saudável nos objetos, pelo contrário, as relações que ocorrem no Instagram são marcadas por um vazio de sentimentos e vínculo, estando cada um focado apenas em seu próprio ego, deixando de perceber todo o resto.

### Referências

Acioli, S. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. *Informação & Informação*, v. 12, 00-00, 2007. Recuperado de <http://www.brapci.inf.br/v/a/6035>

Bandeira, G. S. & Postigo, V. M. C. (2015). Me dá um like? Fotografo, logo existo: histeria e redes virtuais. *Estudos de Psicanálise, Belo Horizonte*, n. 44, 109-116. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/ep/n44/n44a12.pdf>

Debord, G. (2003). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.

Freud, S. (1996 (1905]). *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*: edição standard brasileira. Publicações pré-psicanalíticas e esboços inéditos. Vol. I. Rio de Janeiro: Imago.

Freud, S. (1914-1916). *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*: edição standard brasileira. Um caso de histeria, três ensaios sobre sexualidade e outros trabalhos. Vol. VII. Rio de Janeiro: Imago.

Freud, S. (1914-1916). *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*: edição standard brasileira. 5 lições de psicanálise, Leonardo da Vinci e outros trabalhos. Vol. XI. Rio de Janeiro: Imago.

Freud, S. (1914-1916). *Obras psicológicas completas de Sigmund Freud*: edição standard brasileira. A história do movimento psicanalítico, artigos sobre a metapsicologia e outros trabalhos. Vol. XIV. Rio de Janeiro: Imago.

Garcia, W. (2011). *O metrossexual no Brasil: estudos contemporâneos*. São Paulo: Factash Editora.

Guimarães, G. T. D. (2002). *Aspectos da teoria do cotidiano: Agnes Heller em perspectiva*. Porto Alegre: Edipucrs.

Horkheimer, M. (2002). *Eclipse da razão*. São Paulo: Centauro.

- 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>
- Kehl, M. R. (2002). *Sobre Ética e Psicanálise*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lasch, C. (1983). *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago.
- Lèvy, P. (1996). *O que é o Virtual?*. São Paulo: Editora 34.
- Lèvy, P. (1999). *Cibercultura*. São Paulo: 34. São Paulo: Editora 34.
- Lima, N. L. et al. (2015). Psicanálise, educação e redes sociais virtuais: escutando os adolescentes na escola. *Estilos clín., São Paulo*, 20(3), 421-440. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/estic/v20n3/a05v20n3.pdf>
- Moscovici, S. (2011). *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes.
- Piza, M. V. (2012). *O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica* (Monografia). Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília, Brasília, DF, Brasil. Recuperado de [http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012\\_MarianaVassalloPiza.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf)
- Querol, R. (2016). “As redes sociais são uma armadilha”. El País. Recuperado de [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427\\_675885.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427_675885.html)
- Zimerman, D. E. (2001). *Vocabulário Contemporâneo de Psicanálise*. Porto Alegre: Artmed.